

ICT CHANNEL



Die Ausschreibungsdatenbank
für den ITK-Markt



*Bei uns
werden
sie fündig*

Jetzt Testzugang
sichern!



- ✓ Tagesaktueller Zugriff auf ca. 16.000 ICT-Ausschreibungen
- ✓ Erstellen Sie sich eigene Suchprofile
- ✓ Bedarfsgerechte Angebote aus über 160 Gewerken und Produktbereichen
- ✓ Tägliche E-Mail mit Ausschreibungen selektiert nach Ihrem Suchprofil

Eine Plattform von

ICT CHANNEL funkschau LANline SMARTHOUSEPRO

Kontakt: Ute Beyer, +49 89/25556-1577, ubeyer@wekanet.de



Quelle: Cloudblue

Der Cloud-Steuermann

Martin Fryba | Tom Schröder ist seit kurzem DACH-Chef von Cloudblue und er meint die Richtung zu kennen, um Reseller, Systemhäuser und Distributoren über die Ziellinie zum Cloud-Business zu führen. Technologie für Digitalmarktplätze und das Ökosystem mit vielen Herstellern stehen, jetzt muss der einstige deutsche Juniorenmeister im Rudern Überzeugungsarbeit leisten. [Seite 16](#)

Beste Aussichten für den Handel

Die Gaming-Nation rüstet auf

Lars Bube | Der schon seit einigen Jahren anhaltende Gaming-Boom hat durch die Corona-Pandemie noch einmal zusätzlichen Schwung erhalten. In Deutschland ist der Umsatz mit entsprechenden Produkten zuletzt um rund ein Drittel gewachsen, wovon alle Segmente profitieren. Für den Fachhandel ist dabei besonders das Geschäft mit Hardware, Peripherie und Zubehör interessant. Nicht nur kaufen die Deutschen immer mehr dedizierte Gaming-Produkte von Mäusen, Tastaturen und Headsets über Komponenten bis hin zu leistungsstarken Monitoren und Laptops. Gleichzeitig sind sie auch bereit, größere Summen dafür auszugeben als je zuvor.

Mit einem entsprechend aufgestellten Angebot und passender Beratung kann der Fachhandel sich vergleichsweise einfach neue Kundengruppen erschließen und lohnendes Zusatzgeschäft mit guten Margen sichern. [Seite 20](#)

BGH kippt Wortmarke endgültig

Schwarzer Freitag für „Black Friday“

Martin Fryba | Es ist das Ende eines jahrelangen unsäglichen Geschäftsmodells mit Abmahnungen. Und es ist das Ende der Rechtsunsicherheit, welche Waren und Dienste man mit oder ohne Lizenzgebühren unter „Black Friday“ bewerben darf. Der Bundesgerichtshof hat die Löschung diverser Wortmarken, die das chinesische Unternehmen Super Union Holdings Ltd hielt, endgültig bestätigt. Händlern und Werbetreibenden drohen keine Abmahnungen mehr. [Seite 6](#)

Fachseminar Know-how für Experten

Rechtssicher Ausschreiben und Anbieten - Strategien zum Erfolg und Vermeidung gängiger Fehler

Sie wollen ein IT-Projekt ausschreiben oder ein Angebot auf ein ausgeschriebenes Projekt abgeben? Wie Sie das rechtssicher tun können und was dabei in Bezug auf das Vergabe- und Leistungsbestimmungsrecht zu beachten ist, wie eine Ausschreibung vorzubereiten und zu erstellen ist, welche Fehler bei der Angebotsabgabe zu vermeiden sind, dazu geben wir Ihnen einen Einblick in unserem kostenpflichtigen Fachseminar.

Agenda:

- Anwendungsbereich Vergaberecht
- Grundsätze und Prinzipien im Vergaberecht
- Vorbereitung einer Ausschreibung
- Grenzen des Leistungsbestimmungsrechts
- Vergabeunterlagen und deren Analyse
- Leistungsbeschreibung und Verträge, einschließlich EVB-IT
- Eignungs- und Zuschlagskriterien
- Fehlerquellen bei der Angebotsabgabe
- Bieterfragen
- Vergabeverstoß

FASP



Dr. Andreas Stauffer, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Medizinrecht, Fachanwalt für Informationstechnologierecht

Dr. Andreas Stauffer ist Spezialist für neue Technologien, Rettungsanbieter und Digitalstrategie. Er verfügt über eine ausgewiesene Expertise im Recht der Neuen Technologien (einschließlich Datenschutz) und Rettungsdienstrecht. Als Fachanwalt für Medizinrecht und Fachanwalt für Informationstechnologie gilt sein Interesse den Themengebieten eHealth, Telemetrie und LegalTech – neue Themengebiete und komplexe Vertragsgestaltungen reizen ihn. Dr. Stauffer ist Lehrbeauftragter an der Ludwigs-Maximilians-Universität (LMU) München und häufig gebuchter Referent – ob in Europa oder Asien, weltweit.



Dominik Kraft, Rechtsanwalt im Bereich des Bau- und Architektenrechts sowie im Vergaberecht

Über das Baurecht hinaus bietet das Vergaberecht weitere spannende Synergien zu unseren etablierten Rechtsgebieten, wie der Beschaffung von Rettungsdienstleistungen oder IT-Vergaben. Rechtsanwalt Kraft befasst sich in diesem Zusammenhang auch mit den aktuellen Themen der strategischen Beschaffung und nachhaltigen Vergabe. „Mein Interesse an technischen Sachverhalten ist gleichzeitig Antrieb und Hilfe bei der Arbeit im Bau- und Architektenrecht.“

ICT CHANNEL

Microsofts Andre Kiehne im Interview

„Nicht dramatisieren, sondern angehen“

Stefan Adelmann | Cloud Computing? Für Andre Kiehne, seit Ende des vergangenen Jahres Channel-Chef bei Microsoft-Deutschland, ist das Thema keine Diskussion mehr wert. IT komme mittlerweile wie der Strom aus der Steckdose. Unterstrichen wird diese Laufrichtung aktuell von der Markteinführung von Windows 365 und der somit eröffneten Möglichkeit, nicht mehr nur Anwendungen, sondern selbst das Betriebssystem aus der Cloud zu beziehen.

Aber die mit Vehemenz verfolgte Vision des Konzerns erfordert ein neues Rollenverständnis sowie eine intensivere Zusammenarbeit im 30.000 Partner starken deutschen Channel des Anbieters. Kiehne wünscht sich Lösungsanbieter – darunter nicht nur Systemhäuser, sondern auch Rechtsanwaltskanzleien oder Steuerberater – und ein Netzwerk, das sich dort gegenseitig unterstützt, wo es Microsoft in der Breite und aufgrund der von der Digitalisierung geforderten Tiefe selbst nicht möglich ist. Das gesamte Interview mit Andre Kiehne lesen Sie ab [Seite 8](#).

IT-Services und Beratung

Fujitsus Pläne für Nach-Corona

Stefan Adelmann | Die Phase der „Notbeschaffung von IT“ sei spätestens seit Anfang des Jahres vorbei, bekräftigt Fujitsu-Zentraleuropachef Rupert Lehner. Jetzt gehe es um langfristige Strategien rund um den Digital Workplace, aber auch um die Cloud und Hybrid-IT. Die Corona-Pandemie hat laut Lehner zahlreiche IT-Entwicklungen beschleunigt. [Seite 12](#)



Der Cloud-Steuermann

Martin Fryba | Tom Schröder ist seit kurzem DACH-Chef von Cloudblue und er meint die Richtung zu kennen, um Reseller, Systemhäuser und Distributoren über die Ziellinie zum Cloud-Business zu führen. Technologie für Digitalmarktplätze und das Ökosystem mit vielen Herstellern stehen, jetzt muss der einstige deutsche Juniorenmeister im Rudern Überzeugungsarbeit leisten. [Seite 16](#)

Beste Aussichten für den Handel

Die Gaming-Nation rüstet auf

Lars Bube | Der schon seit einigen Jahren anhaltende Gaming-Boom hat durch die Corona-Pandemie noch einmal zusätzlichen Schwung erhalten. In Deutschland ist der Umsatz mit entsprechenden Produkten zuletzt um rund ein Drittel gewachsen, wovon alle Segmente profitieren. Für den Fachhandel ist dabei besonders das Geschäft mit Hardware, Peripherie und Zubehör interessant. Nicht nur kaufen die Deutschen immer mehr dedizierte Gaming-Produkte von Mäusen, Tastaturen und Headsets über Komponenten bis hin zu leistungsstarken Monitoren und Laptops. Gleichzeitig sind sie auch bereit, größere Summen dafür auszugeben als je zuvor.

Mit einem entsprechend aufgestellten Angebot und passender Beratung kann der Fachhandel sich vergleichsweise einfach neue Kundengruppen erschließen und lohnendes Zusatzgeschäft mit guten Margen sichern. [Seite 20](#)

BGH kippt Wortmarke endgültig

Schwarzer Freitag für „Black Friday“

Martin Fryba | Es ist das Ende eines jahrelangen unsäglichen Geschäftsmodells mit Abmahnungen. Und es ist das Ende der Rechtsunsicherheit, welche Waren und Dienste man mit oder ohne Lizenzgebühren unter „Black Friday“ bewerben darf. Der Bundesgerichtshof hat die Löschung diverser Wortmarken, die das chinesische Unternehmen Super Union Holdings Ltd hielt, endgültig bestätigt. Händlern und Werbetreibenden drohen keine Abmahnungen mehr. [Seite 6](#)

Erhöhen Sie den Standard mit modernen Windows 10 Pro-Geräten.

FUJITSU

shaping tomorrow with you

FUJITSU Erstkauf- Konditionen

Die neusten Fujitsu LIFEBOOK Modelle zu attraktiven Sonderkonditionen

Ganz gleich für welche individuelle Anforderung: In unserem umfassenden professionellen Portfolio finden Sie das für Sie optimale Notebook und Convertible. Wählen Sie Ihr Wunschmodell sowie Ihren bevorzugten Distributor aus und versenden Sie Ihre Anfrage. Ihre Anfrage wird direkt zum Distributor weitergeleitet und Sie erhalten in Kürze Ihr Angebot.

Sichern Sie sich jetzt bis zum 30.09.2021 200€ Erstkaufabbratt auf folgende Modelle:

- LIFEBOOK U7411
- LIFEBOOK U7511
- LIFEBOOK U7311
- LIFEBOOK U9311
- LIFEBOOK U9311X



Profitieren Sie jetzt vom satten Erstkauf-Rabatt unter:
<https://pd.ts.fujitsu.com/cm/erstkauf/index.aspx>

Jetzt verfügbar bei unseren Distributionspartnern:

ALSO

api π

bytec
IT einfach erfolgreich

INGRAM
micro

© Copyright 2021 Fujitsu Technology Solutions. Alle Rechte vorbehalten, einschließlich der Rechte an geistigem Eigentum.

Die Aktion ist gültig bis zum 30.09.2021. Fujitsu Technology Solutions behält sich vor, die Aktion zu jedem Zeitpunkt ohne Angabe von Gründen zu ändern, abzubrechen oder zu beenden. Maßgebend für die Höhe des jeweiligen Preisvorteils ist die Ausstattung des gewählten Aktions-Bundles. Diese Aktion ist nur für Reseller mit Firmensitz Deutschland oder Österreich freigegeben.



Windows 10

Eine nachdrückliche Vision

Ein turbulentes Corona-Jahr 2020? Nicht für Microsoft. Der Konzern gehört zu den großen Profiteuren der Krise, wie die Zahlen des Fiskaljahres 2021 zweifellos verdeutlichen: Mit mehr als 168 Milliarden US-Dollar konnten die Redmonder ihren Umsatz um beachtliche 18 Prozent steigern, der Nettogewinn legte gar um 38 Prozent zu. Großer Treiber: Das starke Cloud-Geschäft unter Azure. Von eingefrorenen IT-Budgets, verschobenen Projekten und somit auch Herausforderungen für die Partner im Zuge der Pandemie findet sich in diesen Zahlen hingegen keine Spur. Im Gegenteil, „unser Partnernetzwerk hatte insgesamt ein unglaublich tolles Jahr“, berichtet Andre Kiehne, der seit Ende 2020 das Partnergeschäft in Deutschland leitet.

Und Microsoft nutzt den Rückenwind der vergangenen Monate, um die Schlagzahl der eigenen Strategie nochmals deutlich zu erhöhen. Nach der überraschenden Ankündigung von Windows 11 – und der durchaus kontroversen Diskussion um die damit verbundenen Hardware-Anforderungen –, legt der Anbieter mit dem Start von Windows 365 bereits nach. Das Cloud-Windows migriert mit dem Betriebssystem eine der letzten großen On-Premise-Bastionen auf virtuelle Maschinen und in die Azure-Welt.



Quelle: ICT CHANNEL

Die Ankündigung unterstreicht abermals jene Vision, die der US-Konzern durchaus mit einigem Nachdruck verfolgt: Hier kommt die „IT wie Strom aus der Steckdose“, bekräftigt Kiehne. Die Cloud? Eine Grundvoraussetzung,

ihre Bedeutung „keine Diskussion mehr Wert“. Satya Nadellas einst angekündigte „Cloud first“-Strategie wurde längst in die Praxis übersetzt und fordert von vielen Microsoft-Partnern ein neues Rollenverständnis. Mit reinem Reselling können sie in diesem Gefüge wohl nicht mehr allzu erfolgreich sein, gefordert sind laut Kiehne hingegen Lösungs-

denken, Macherqualitäten und eine stärkere Verzahnung untereinander. Welche Strategie Microsofts Channel-Chef für die deutsche Partnerlandschaft im Detail verfolgt, lesen Sie im Interview ab Seite 8.

Ihr Stefan Adelman
Chefredakteur ICT CHANNEL

Z A H L D E R W O C H E

11
Prozent

Vor genau 30 Jahren, im August 1991, wurde in der Schweiz die erste Website der Welt öffentlich vorgestellt. Der britische Physiker Tim Berners-Lee hatte bereits 1989 das World Wide Web entwickelt und 1990 den ersten Web-Server online gestellt. Trotz der Allgegenwärtigkeit des Webs haben laut einer Bitkom-Erhebung jedoch acht Millionen Menschen in Deutschland – das entspricht elf Prozent der Bevölkerung – bislang keinen Zugang zum Internet.

32. Woche

Fakten & Analysen

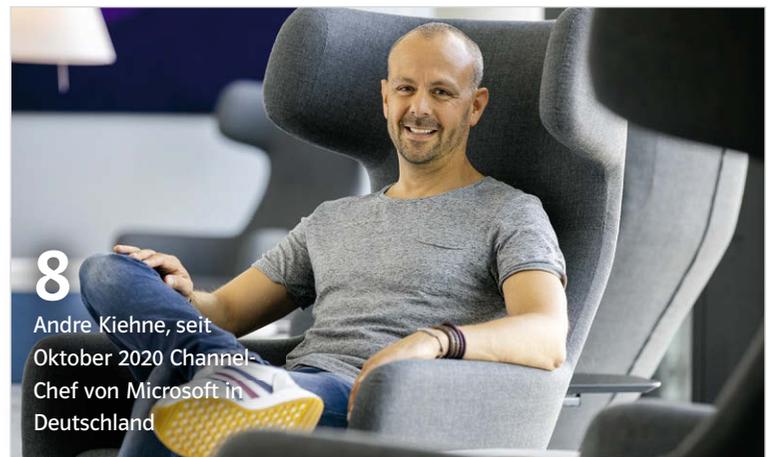
- 6 Schwarzer Freitag für „Black Friday“**
BGH kippt Wortmarke endgültig
- Geschrumpfte Auslandspräsenz**
Cancom verkauft Geschäft in UK und Irland
- Gefragte Spielkonsolen**
Neue Verkaufsrekorde
- Kaum Wachstum trotz Chip-Boom**
Moderates Plus bei Infineon
- 7 Rekordstrafe gegen Amazon**
746 Millionen Euro für DSGVO-Verstöße
- Xiaomi entthront Samsung**
Neuer Smartphone-König

Unternehmen

- 8 „Unser Partnernetzwerk wird sich dynamisch verändern“**
Andre Kiehne von Microsoft im Interview
- 10 Der Klebstoff, der alles zusammenhält**
Marcus Adäs Strategie für Exclusive Networks
- 12 Digital Workplace, Cloud und Hybrid-IT**
Fujitsus Pläne für Nach-Corona
- 13 Bytec baut MSP-Angebote aus**
Monitoring-Plattform von Server Eye
- 14 „Hey SAP, mach mal...“**
msg übernimmt Start-up Neohelden
- 16 „Wir sind ein Start-up auf den Schultern eines Riesen“**
Cloudblue bringt den Channel in die Cloud-Welt
- 17 Veritas lässt Partner schneller aufsteigen**
Partnerprogramm erneuert

Management & Recht

- 18 Cyber Security braucht mehr Frauen**
Women in Tech





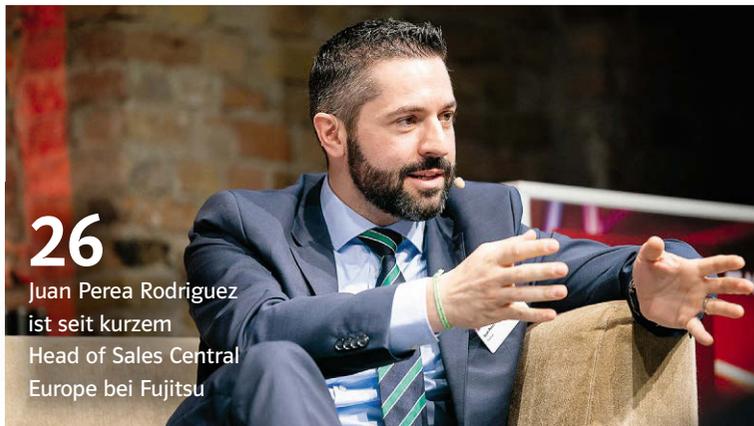
20

Der Spiele-Boom ist ungebrochen:
Die Branche erzielt in Deutschland einen Rekordumsatz von über acht Milliarden Euro mit Gaming-Hardware und Computerspielen

Quelle: issarow | AdobeStock

Thema der Woche

- 20 **Deutschland im Gaming-Fieber**
Spielerisches Umsatzpotenzial
- 24 **AOC launcht Gaming-Dachmarke**
„Agon by AOC“



26

Juan Perea Rodriguez
ist seit kurzem
Head of Sales Central
Europe bei Fujitsu

Quelle: Fujitsu

Köpfe

- 26 **Fujitsu hat einen neuen DACH-Vertriebschef**
Thomas Krause wird DACH-Chef bei Forenova
Dietmar Jaxt kehrt zu Kindermann zurück
- 27 **Log Point wächst und verstärkt DACH-Team**
Spitzentrio leitet Systemhaus Erik Sterck
Neue Führung bei Schneider Electric im Bereich
Secure Power
- 28 **Neue Deutschland-Chefin bei Tech Data**
Marion Winkler wechselt zu Fujitsu



28

Neue Deutschland-
Chefin bei Tech Data:
Barbara Koch

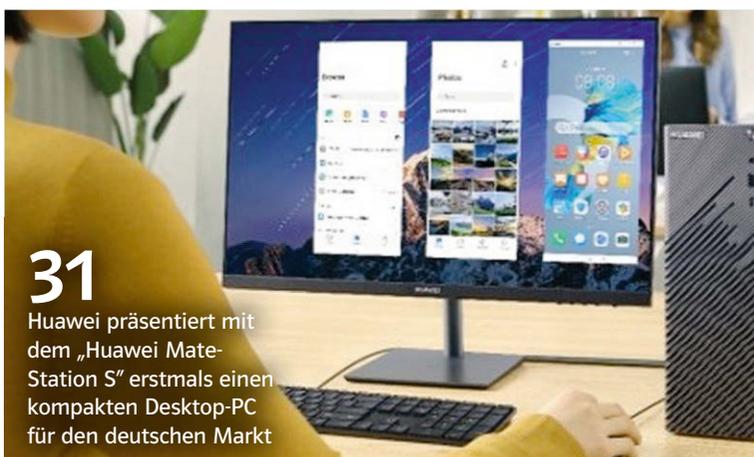
Quelle: ICT CHANNEL

Markt

- 29 **IT-Security wird unterschätzt**
E-Commerce

Produkte & Technologien

- 30 **Lancom erweitert KMU-Firewall-Portfolio:** Neues
Rackmount-Modell UF-360
Neuankündigungen von PNY: Neue Gaming-Speicher-
module
- 31 **„Huawei MateStation S“:** Huawei steigt ins Desktop-
Geschäft ein
Sophos stellt um: EDR-Kunden werden automatisch
zu XDR-Kunden



31

Huawei präsentiert mit
dem „Huawei Mate-
Station S“ erstmals einen
kompakten Desktop-PC
für den deutschen Markt

Quelle: Huawei

Rubriken

- 3 Editorial
- 32, 34 Kontaktbörse
- 42 Impressum/Inserentenverzeichnis

Fortsetzung vom Titel

Schwarzer Freitag für „Black Friday“

Neue Verkaufsrekorde Gefragte Spielkonsolen

Ib | Die neue Spielkonsolen-Generation von Sony und Microsoft setzt allen Widrigkeiten zum Trotz neue Maßstäbe – was ihre Leistungsfähigkeit betrifft und auch die Verkaufszahlen. So feierte etwa Sony im Juli nach weniger als acht Monaten im Markt bereits die Auslieferung der zehnmillionsen Playstation 5. Keiner der Vorgänger hatte sich annähernd so gut verkauft. Obwohl im direkten Vergleich erneut unterlegen, darf sich auch Microsoft über einen neuen Verkaufsrekord freuen. Das Unternehmen selbst nennt keine aktuellen Zahlen, diverse Analysten sind sich jedoch einig, dass von der Xbox Series X und Series S inzwischen rund 6,5 Millionen Stück abgesetzt worden sein dürften. Das entspricht über zehn Prozent mehr, als noch beim Vorgänger Xbox One im gleichen Zeitraum ausgeliefert worden waren. ■

Moderates Plus bei Infineon Kaum Wachstum trotz Chip-Boom

af | Der Halbleiterkonzern Infineon profitiert vom anhaltenden Chip-Boom, hat aber mit erheblichen Problemen bei der Produktion zu kämpfen. Im abgelaufenen Quartal wurde sie unter anderem durch pandemiebedingte Einschränkungen im Werk in Melaka (Malaysia) sowie Nachwirkungen eines Wintersturms in Austin (USA) im Februar belastet. Im abgelaufenen

dritten Geschäftsquartal von April bis Juni legten Umsatz und Gewinn daher

trotz weltweit hoher Nachfrage nur moderat zu. Im laufenden Quartal von Juli bis September erwartet Infineon wieder bessere Geschäfte und ein kräftigeres Umsatzplus auf 2,9 Milliarden Euro sowie eine etwas höhere Marge. ■

Martin Fryba | Die Wortmarke „Black Friday“ dürfe jetzt für Werbung und Einzelhandelsdienstleistungen frei verwendet werden, „ohne dass weitere Abmahnungen befürchtet werden müssen“, sagt Kilian Jost von der Rechtsanwaltskanzlei Wilde Beuger Solmecke (WBS) aus Köln. Vorausgegangen war ein Beschluss des Bundesgerichtshofs. Der BGH hatte über eine Beschwerde der in Hongkong sitzenden Super Union Holdings Ltd., seit 2016 Markeninhaberin von „Black Friday“, zu entscheiden, die Beschwerde einreichte gegen das Bundespatentgericht. Es hatte im Februar 2020 die Löschung aus dem Register bestätigt.

Unter anderem wird die Marke für die Dienstleistungen Marketing, Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen, Planung von Werbemaßnahmen, Verbreitung von Werbeanzeigen und Werbung im Internet für Dritte sowie eine Vielzahl weiterer Dienstleistungen jetzt endgültig aus dem Markenregister gelöscht.

Zahlreiche Händler und Werbetreibende sind in den letzten Jahren abgemahnt worden, weil sie aus Sicht der Super Union Holdings Ltd. gegen deren Lizenzrecht verstoßen haben sollen. Für mehr als 900 Waren und Dienstleistungen beanspruchten die Chinesen bis dato die Rechte, wenn sie im Zusammenhang mit Black Friday beworben wurden. Flossen keine Lizenzgebühren, traten Abmahnanwälte auf den Plan. Von einstweiligen Verfügungen gegen die von Klägern losgetretene Abmahn-

praxis ließ sich Super Union Holdings nicht beindrucken und mahnte weiter ab. Der BGH hat dieses Treiben nun beendet und für Klarheit gesorgt.

„Black Friday“ stammt aus den USA und bezeichnet den jährlichen vierten Freitag im November. Im E-Commerce, aber auch im Einzelhandel finden dann große Rabattaktionen statt, die längst nicht mehr auf einen Tag beschränkt sind. Das Konsum-Spektakel findet heuer am 26. November statt. ■



Cancom verkauft Geschäft in UK und Irland

Geschrumpfte Auslandspräsenz

Nach nicht einmal vier Jahren ist für Cancom Ltd. Schluss, UK und Irland übernimmt Telefónica Tech. CEO Rudi Hotter pocht auf einen Erfolg des Auslandsinvests auf der Insel.

Martin Fryba | Über die Gründe für den nun in die Wege geleiteten Rückzug aus dem Vereinigten Königreich und aus Irland gibt es von Cancom keine Angaben. Nur die finanziellen Details werden genannt und als großer wertsteigernder Erfolg verkauft: Cancom Ltd. sei mit fast 400 Millionen Euro bewertet worden, was einem „Transaktionsmultiplikator von 15,8x entspricht“. In Richtung der Aktionäre verweist CEO Rudi Hotter auf einen Buchgewinn von 225 Millionen Euro. „Der Verkauf ist der Beweis für unsere Fähigkeit, wertsteigernde Transaktionen durchzuführen.“ Käufer ist der

MSSP Telefónica Tech mit Sitz in Madrid. Mit dem Erlös will Cancom in der Region DACH zukaufen.

Cancom Ltd. wurde erst 2018 und 2019 aufgebaut, jetzt also wieder der Rückbau. Auch wenn Cancom prächtig Geld mit dem Verkauf verdient hat, ist dieser Rückzug aus strategischer Sicht eher ungewöhnlich. Ein IT-Systemhaus ist nun mal keine Venture Capital-Gesellschaft, verboten ist das freilich nicht. Es geht aber auch darum, sich gegenüber Herstellern als starker Partner im Ausland zu profilieren.

Hinzu kommt: Die Preise für interessante Systemhäuser sind hoch und man konkurriert mit anderen Systemhaus-Schergewichten, die, wie Bechtle, es tunlichst vermeiden, mit ihrem Systemhausgeschäft außerhalb des deutschsprachigen Raums zu expandieren. ■



746 Millionen Euro für DSGVO-Verstöße

Rekordstrafe gegen Amazon

Weil Amazon seine Kunden ohne deren Einwilligung mit personalisierter Werbung belästigt, soll der Etailer nach Ansicht der Luxemburger Datenschutzbehörde jetzt eine Rekordstrafe von knapp 750 Millionen Euro bezahlen und diese Praxis ändern.

Lars Bube | Amazon droht in Europa eine neue Rekordstrafe wegen Verstößen gegen die DSGVO. Die Nationale Kommission für den Datenschutz (CNPD) in Luxemburg, wo Amazons europäische Tochter ihren Hauptsitz hat, verhängte gegen den Etailer ein Bußgeld über insgesamt 746 Millionen Euro. Amazon kündigte umgehend an, sich rechtlich gegen die Strafe zu wehren und verwies darauf, dass es weder eine Verletzung des Schutzes noch eine Weitergabe persönlicher Daten an Dritte gegeben habe. Allerdings hatte das auch niemand

behauptet. Vielmehr fußt die Begründung für das Bußgeld auf dem Umstand, dass Amazon den Nutzern seines Online-Marktplatzes nicht die von der DSGVO geforderte Möglichkeit anbietet, den Einsatz personalisierter Werbung abzulehnen. Doch auch das hält der Konzern in einer Reaktion gegenüber Bloomberg für eine „subjektive und ungeprüfte Auslegung des europäischen Datenschutzrechts“, die selbst bei entsprechender Interpretation „in keinem Verhältnis“ zur Höhe der Strafe stehe.

Die französische Bürgerrechtsorganisation „La Quadrature du Net“, die das Verfahren schon 2018 mit einer entsprechenden Beschwerde im Namen von mehr als 10.000 europäischen Bürgern angestoßen hatte, feierte das Bußgeld hingegen als richtungsweisenden Erfolg gegen das „rücksichtslose System der Big Techs“. ■

Neuer Smartphone-König

Xiaomi entthront Samsung

Während das zweite Quartal für die meisten Smartphone-Hersteller in Europa eher ernüchternd verlief, konnte Xiaomi erneut kräftig zulegen und damit sogar erstmals an Samsung vorbeiziehen.

Lars Bube | Xiaomis Vertriebs-offensive in Europa zahlt sich immer mehr aus. Hatte der chinesische Hersteller dadurch schon im letzten Jahr kräftig zugelegt und zur Spitzengruppe aufgeschlossen, gelang ihm jetzt eine kleine Sensation. Mit einer weiteren Steigerung der Verkaufszahlen um 70 Prozent gegenüber dem Vorjahr konnte Xiaomi im zweiten Quartal

an Samsung und Apple vorbeiziehen und sich mit einem Marktanteil von 28 Prozent erstmals an die europäische Spitze setzen. Einen Prozentpunkt dahinter landete Hersteller Samsung, der einen Rückgang der Verkaufszahlen um elf Prozent verkraften musste.

Noch stärker gingen Apples Verkäufe zurück, im Vergleich zu 2020 wurde fast ein Viertel weniger iPhones verkauft. Besonders stark war die Performance Xiaomis auf den osteuropäischen Märkten. Aber auch in Deutschland konnte man als einziger Hersteller der Top 5 seinen Absatz steigern – um 46 Prozent. ■

Chip-Krise erreicht neue Dimensionen

Weil sich die Augen der Politik und der Öffentlichkeit vor allem auf prominente Beispiele wie die Automobilindustrie und den Hardware-Sektor richten, werden einige eklatante Risiken der Chip-Knappheit bislang fahrlässig unterschätzt.

Lars Bube | Die Chip-Krise ist in der Öffentlichkeit angekommen. Selbst bei der Tagesschau vergeht kaum mehr eine Woche, in der nicht eindrücklich über stillstehende Bänder in Automobilwerken berichtet wird. Doch so plakativ die entsprechenden Bilder aus dem Herzen der deutschen Vorzeigeindustrie auch sein mögen, verschleiern sie gleichzeitig die wahre Tragweite des Problems. So sehr es wirtschaftlich schmerzen mag, wenn weniger Autos, Spielkonsolen und Smartphones verkauft werden können, als es der Nachfrage entspricht, liegen die eigentlichen Risiken an ganz anderer Stelle. Selbst in Teilen der IT-Branche wird die wahre Dringlichkeit der anhaltenden Nachschubprobleme noch immer unterschätzt. Denn sie betreffen inzwischen etwa auch viele Hersteller zentraler Produkte für digitale Infrastrukturen und Sicherheitslösungen. Diese haben zwar eine deutlich kleinere Marktmacht als die großen Elektronik- und Autokonzerne, dennoch sind die drohenden Folgen bei Produktionsausfällen deutlich gravierender. Wenn etwa Zahlungs-, SIM- oder elektronische Identifikationskarten nicht mehr in ausreichender Menge hergestellt werden können, hat das schnell erhebliche Auswirkungen auf weltweite Wirtschafts-, Produktions- und Kommunikationsnetzwerke, das globale Zahlungswesen sowie das gesamte IoT und IIoT.

Genau vor solchen Schreckensszenarien warnen nun eindringlich wie einmütig mehrere Verbände wie Eurosmart, die Secure Identity Alliance (SIA) die Smart Payment Association (SPA) und die Trusted Connectivity Alliance (TCA). Um das nachhaltig zu verhindern, fordern sie ein Umdenken hin zu einer deutlich strategischeren Betrachtung der Ressource Chips. „Es ist Aufgabe der Politik, nicht die lautesten Partikularinteressen zu bedienen, sondern die Stützung der Wirtschaft und ihrer wichtigsten Produktivfaktoren insgesamt im Auge zu haben“, mahnt etwa Ralf Wintergerst, CEO von Giesecke+Devrient. Gleichzeitig liefert diese Situation ein weiteres starkes Argument für den Ausbau der europäischen Chip-Fertigung. ■



Lars Bube, Leitender Redakteur ICT CHANNEL

Andre Kiehne von Microsoft im Interview

„Unser Partnernetzwerk wird sich dynamisch verändern“

Über die Bedeutung der Cloud will Andre Kiehne nicht mehr diskutieren. Sie ist Grundvoraussetzung für die Business-Vision von Microsoft. Stattdessen rückt Kiehne, seit Ende 2020 Channel-Chef in Deutschland, ganz die Bedeutung von Lösungsdenken und Synergien in den Fokus. In einem immer heterogeneren Netzwerk müssten Partner enger zusammenarbeiten.

Stefan Adelman

ICT CHANNEL: Herr Kiehne, Sie wollen die Digitalisierung vorantreiben. Wie lassen sich die Bemühungen Ihrer deutschen Partner dahingehend konkret beschleunigen? Besonders in Hinblick auf die Cloud, auf der für Microsoft stets ein besonderer Fokus lag und liegt.

Andre Kiehne: Das ist richtig, aber wir dürfen nicht den Fehler machen, die Cloud als mystischen Ort zu bezeichnen, sie zu personifizieren. Wir reden in Deutschland sehr gerne von „der Cloud“ – und damit verbinden viele dann ein negatives Bild. Wir müssen vielmehr sehen, dass Cloud Computing eine technologische Basis ist: Die Grundlage für Innovation, in Deutschland, aber auch weltweit. Gleichzeitig sind auch das Vertrauen in die Technologie und die Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter extrem wichtig, damit wir in Summe erfolgreich sein können. Ich will sagen: Wir brauchen das Gesamtpaket, wir brauchen eine Evolution.

Zur Frage, welche Rolle Partner dabei spielen: Es gibt Partner, die befinden sich in der Transformation. Sie sind bereits deutlich weiter. Und es gibt einige, die sind aufgrund der Natur ihres Geschäftes vielleicht ein Stück weit hinterher – und das ist auch nicht schlimm. Denn wichtig ist vor allem, aus der Kundenperspektive darauf zu schauen: Hier treibt ja Kunden aller Größenordnungen, aller Branchen, das Thema Digitalisierung an. Die Kunden in ihren jeweiligen Situationen abzuholen



Wir wollen kein reines Reselling, wie wir das vielleicht früher zu DVD-, Disketten- und CD-ROM-Zeiten noch kannten.

*Andre Kiehne
General Manager Partner
Business bei Microsoft
Deutschland*

ist die Aufgabe unserer Partner. Und durch sie werden wir vom amerikanischen Großkonzern ein bisschen zum Nachbarn in der deutschen Wirtschaft.

Für diese verschiedenen Herausforderungen möchten wir die Partner abholen. Denn auch das Partnernetzwerk hat sich in den vergangenen Jahren verändert. Neben Systemintegratoren und Managed Service Providern sind jetzt auch Rechtsanwaltskanzleien, Steuerberatungen und Digitalagenturen unsere Partner. Das Netzwerk ist vielfältiger geworden, was großartig ist, und erfordert mittlerweile auch eine ganz andere Kundensprache.

ICT CHANNEL: Und wie kann und will Microsoft dabei unterstützen?

Kiehne: Im Rahmen der Digitalisierung bilden sich verschiedene Ökosysteme. Gerade in diesem Kontext sehen wir, dass Partner-

to-Partner-Verbindungen extrem wichtig sind. Einige Partner machen das sehr gut, sie schließen sich zusammen, bündeln ihre Kompetenzen, um wirklich Mehrwert für den Kunden zu generieren. Das unterstützen wir. Wir wollen kein reines Reselling, wie wir das vielleicht früher zu DVD-, Disketten- und CD-ROM-Zeiten noch kannten. Sondern wir wollen, dass unsere Partner selbst Lösungen kreieren und verkaufen. Diese Transformation unterstützen wir – das sieht man auch an dem Geschäftspotenzial, das wir für unsere Partner generieren: Ein Dollar Microsoft-Umsatz bedeutet mindestens zehn Dollar Partnerumsatz. Wir wollen unsere Partner sehr stark dabei fördern, die Potenziale zu nutzen, die die Digitalisierung bietet.

ICT CHANNEL: Für viele Partner ist der Schritt zum Lösungsanbieter aber sicherlich alles andere als ein einfacher. Kann in diesem so enorm heterogenen Netzwerk auch jeder Partner diesen Weg mitgehen und dabei von Microsoft unterstützt werden?

Kiehne: Wissen Sie, man kann nicht jeden Partner persönlich betreuen. Dann bräuchten wir allein dafür in Deutschland wahrscheinlich 30.000 Mitarbeiter, um das zu bewerkstelligen. Wir haben aber ein Modell aufgebaut, mit dem wir diese Nähe trotzdem herstellen. Einerseits über Partner, die wir direkt betreuen und andererseits über Communities wie die Inter-

national Association of Microsoft Channel Partner. Und ich glaube schon, dass wir mit Microsoft eine gute Nähe zu den Partnern haben. Obwohl ich natürlich nachvollziehen kann, dass sich der eine oder andere Partner etwas mehr Nähe wünscht. Gerade in Pandemiezeiten haben wir verstärkt versucht, diese Nähe aufrechtzuerhalten. Und das Feedback der Partner drückt aus, dass wir das geschafft haben. Aber mein persönliches Anliegen ist es, auch in Zukunft noch mehr Nähe zu etablieren und daran arbeiten wir.

ICT CHANNEL: Ist denn die von Ihnen angesprochene Vielfalt in Ihrem Partnernetzwerk zielführend? Sie machen den mit Abstand größten Teil Ihres Umsatzes mit wenigen Hundert Partnern. Ist da noch ausreichend Platz für die vielen Tausend anderen Partner?

Kiehne: Das ist eine gute Frage, aber in Ihrer Gleichung haben Sie jetzt nur die Transaktionspartner berücksichtigt. Über dieses ganze Ökosystem hinweg gibt es aber ganz viele Partner, die rechts, links, oben, unten ihre Services, ihre Dienstleistungen, ihre Lösungen andocken und darüber Geschäft machen. Und das macht die Vielfalt dieses Partnernetzwerks aus. Und um Ihre Frage zu beantworten: Das ist nicht nur notwendig, es ist sogar dringend notwendig. Denn im Rahmen dieser Ökosysteme brauchen wir diese Vielfalt der unterschiedlichen Partner und ihre unterschiedlichen Fähigkeiten. So können wir allen Kunden die Lösungen bieten, die am Ende Mehrwert schaffen. Von daher definitiv ja.

ICT CHANNEL: Kann und soll das Microsoft-Partnernetzwerk also weiter wachsen?

Kiehne: Es wird weiter wachsen und sich dynamisch verändern. Wird es an der einen oder anderen Stelle auch eine Konsolidierung geben? Das mag sein. Aber am Ende des Tages wird sich das Partnernetzwerk sehr dynamisch verändern. Und das ist wie mit der Digitalisierung: Die Digitalisierung ist kein Ziel, sondern ein

kontinuierlicher Veränderungsprozess. Und so sehe ich das auch in der Partnerlandschaft.

ICT CHANNEL: Um nochmals auf das Thema Cloud zurückzukommen: Vor zwei Jahren hatte Ihr Vorgänger Gregor Bieler unterstrichen, dass Partner, die sich vor allem auf das On-Premise-Geschäft konzentrieren, für Microsoft nicht mehr relevant seien. Wie weit ist seitdem die Cloud-Transformation Ihrer Partner vorangeschritten und würden Sie die Aussage von Herrn Bieler in dieser Form heute ebenfalls treffen?

Kiehne: Die Innovationen der letzten Jahre haben uns gezeigt, dass IT wie Strom aus der Steckdose kommt. Sprich die Akzeptanz ist da, IT ist mittlerweile überall präsent und die Bedeutung wird nicht mehr in Frage gestellt. Im Gegenteil: Wir haben Partner, die sich fast ausschließlich mit dem Thema Cloud Computing beschäftigen, was aus meiner Sicht absolut richtig ist, weil es von den Kunden auch gefordert wird. Das hat verschiedene Gründe: Dazu zählen Sicherheit, Effizienz und die Agilität wird deutlich verbessert. Und ich glaube, diese Erkenntnis brauchen wir mit unseren Partnern nicht mehr diskutieren. Es geht eigentlich nur noch um die Geschwindigkeit und wie wir das bestmöglich unterstützen. Und das ist kein Microsoft-Statement, das ist ein Markt-Statement. Die Frage, ob Cloud Computing ein wichtiges Thema ist, ist heute keine Diskussion mehr wert.

„Wir sollten Dinge nicht dramatisieren, sondern einfach mal angehen. Auch bereit sein, Fehler zu machen. Denn daraus lernt man.“

ICT CHANNEL: Gilt das für alle 30.000 Partner?

Kiehne: Es gibt sicher noch einen ganz geringen Anteil, der hier immer noch einen Diskussionspunkt hat. Aber das ist auch okay, das macht die Vielfalt dieses Partnernetzwerks aus. Dass wir miteinander diskutieren, dass wir unterschiedliche Meinungen haben und uns darüber auch austauschen können. Nur so kommt die Stärke dieses Netzwerks zum Tragen.

ICT CHANNEL: Was sind abschließend ganz konkrete strategische Punkte, die Sie in den kommenden Monaten in der deutschen Partnerlandschaft angehen und umsetzen möchten?

Kiehne: Wir werden den Weg konsequent weitergehen, diese Nähe im Partnernetzwerk weiter zu etablieren. Sowohl Microsoft zu den Partnern als auch untereinander. Wir werden auch daran arbeiten, dass wir grundsätzlich Ökosysteme wie die Fertigungsindustrie und die Automobilindustrie mit Partnern und logischerweise mit Kunden gemeinschaftlich aufbauen. Und dann würde ich mir wünschen, dass wir mit unseren Partnern und Kunden mutig sind, die digitale Zukunft in Deutschland zu gestalten. Wir sollten Dinge nicht dramatisieren, sondern einfach mal angehen. Auch bereit sein, Fehler zu machen. Denn daraus lernt man. Ich glaube, da liegt noch viel vor uns. Aber darauf freue ich mich auch. ■

Windows 11 als Treiber

Noch in diesem Jahr will Microsoft Windows 11 auf den Markt bringen. Das sei für Partner des US-amerikanischen Konzerns eine „tolle Nachricht“, wie Andre Kiehne im Gespräch mit ICT CHANNEL unterstreicht. Während der Manager das neue Betriebssystem selbst bereits im Einsatz hat, würden er und das Microsoft-Team die Potenziale und Geschäftsmöglichkeiten jetzt nach und nach mit Kunden und Partnern besprechen.



Quelle: Screenshot ICT CHANNEL

Der im Zuge der Ankündigung oftmals geäußerten Kritik hinsichtlich der Hardware-Anforderungen begegnet Kiehne hingegen mit dem Hinweis, dass es für Kunden wichtig sei, heutzutage für Hybrid Working gerüstete Geräte zur Verfügung zu haben. Und für diese hybride Arbeitswelt die richtigen Hardware-Konzepte zu finden und anzubieten, sei wiederum ein wichtiger Treiber für den OEM-Channel des Anbieters aus Redmond.

Marcus Adä von Exclusive Networks im Interview

Der Klebstoff, der alles zusammenhält

VAD Exclusive Networks ist in den vergangenen Jahren rasant gewachsen, der frisch gebackene Deutschland-Geschäftsführer Marcus Adä setzt sich aber noch ambitioniertere Ziele für den hiesigen Markt. Den Umsatz wolle man innerhalb von drei Jahren verdoppeln, das Geschäft deutlich ausbauen. Dabei ganz im Fokus: Services und Enablement.

Stefan Adelmann | Über mangelnden Erfolg kann sich der französische VAD Exclusive Networks nicht beklagen. Sicher, das mit 17 Prozent außergewöhnlich starke Umsatzwachstum 2019 flachte sich im Corona-Jahr 2020 auf acht Prozent ab. Von schwierigen Zeiten ist man aber auch damit weit entfernt, der Distributor legt weiterhin kontinuierlich zu, baute im vergangenen Jahr gar sein Geschäft in Ost- und Mitteleuropa durch die Übernahme des in der Region hervorragend aufgestellten Wettbewerbers Veracomp mit einem Schlag deutlich aus.

Zufriedengeben möchte sich das Unternehmen mit dieser positiven Entwicklung aber nicht. Vor allem in Deutschland gibt es noch weitaus größeres, wenn auch bisher nicht gänzlich erschlossenes Potenzial, wie Marcus Adä, seit März 2021 Geschäftsführer Deutschland und Regional Manager DACH bei Exclusive Networks, im Gespräch mit ICT CHANNEL unterstreicht. „Security ist eines der größten, wenn nicht sogar das größte Wachstumsfeld in der Branche.“ Und diesen Rückenwind will Adä nutzen, den Umsatz des VADs in Deutschland bis 2024 verdoppeln. Man wolle nicht weniger als „Security-Distributor Nummer eins werden“.

Und es war diese starke Fokussierung auf den Security-Bereich, die den renommierten Manager mit über 25 Jahren Distributions-erfahrung zu Exclusive Networks brachte. Persönlich hatte ihn dieser schnell wachsende, entwick-



Quelle: Exclusive Networks

» **Wir wollen Security-Distributor Nummer eins werden!**

*Marcus Adä
Geschäftsführer von Exclusive
Networks Deutschland und
Regional Manager DACH*

„Praktisch alles lässt sich in eine Subscription umwandeln.“

lungsfreudige Markt begeistert, so Adä. Darüber hinaus sei der VAD mit vielen Hundert Engineers sehr technisch orientiert – „das braucht man bei Security“ sowie auch den Service und das passende Know-how, um den nach wie vor komplexen Markt zu erschließen. Denn immerhin gebe es aktuell mindestens 300 Hersteller im Security-Umfeld, regelmäßig kämen neue hinzu, vor allem Anbieter „born in the Cloud“. Zwar soll sich der Markt in absehbarer Zeit konsolidieren – ein Überblick über verfügbare Produkte, Services und Lösungen ist für den Fachhandel aber nach wie vor herausfordernd.

Weg vom klassischen Produktgeschäft

Grundsätzlich braucht es aber diese Vielfalt, um der aktuellen Bedrohungslage effektiv begegnen zu können. Denn die heutigen Security-Anforderungen ließen sich laut dem Deutschland-Geschäftsführer von Exclusive Networks schlicht mit einem Hersteller nicht mehr abdecken. Was wiederum die Unterstützung des VADs voraussetzt, um als Systemhaus und Reseller den passenden Mix finden, der Komplexität Herr werden und die eigenen Kunden schützen zu können. „Service hat für uns die höchste Priorität“, unterstreicht Adä gegenüber ICT CHANNEL. Das gilt für grundsätzliche Angebote wie Pre-Sales und Renewals, vor allem aber auch As-a-Service-Konzepte. „Es geht immer mehr weg vom klassischen Produktgeschäft hin zum Subscription-Modell. Viele Themen kommen immer mehr als Managed Service oder aus der Cloud“, so Adä.

Unter anderem SOC-as-a-Service gehört längst zum Portfolio des VADs. Um aber die steigende Nachfrage bestmöglich und mit einem breiten Spektrum bedienen zu können, hatte Exclusive Networks darüber hinaus erst vor wenigen Monaten seine „X-OD“-Plattform gestartet. Der Distributor bewirbt sie als „revolutionäre Veränderung beim Kauf und Verkauf von Cyber-Security- und Infrastrukturlösungen“. Grundsätzlich lässt sich mit der Plattform

„praktisch alles in eine Subscription umwandeln“, erklärte CEO Jesper Trello zum Start des Angebots. Zu Beginn waren Palo Alto, Proofpoint und Chronicle auf der Plattform mit Produkten vertreten, mittlerweile sind auch Fortinet und Sentinel One hinzugekommen. X-OD soll letztlich einen unkomplizierten Eintritt in die Everything-as-a-Service-Welt ermöglichen. Noch sei die Plattform zwar in einer frühen Phase, wie Adä erklärt, denn viele Partner müssten sich nach wie vor an das Managed-Services-Modell gewöhnen. „Wir haben das Angebot aber bereits stark gepusht“, und die Plattform sei ohne Frage ein „Game Changer“.

„Echte Mehrwerte bieten“

Es ist die technische Basis einer neuen Rolle, in der Adä nicht nur den VAD selbst sieht. Denn grundsätzlich müsse sich die Distribution verändern, sich viel stärker spezialisieren und „echte Mehrwerte bieten“. Man darf das wohl auch als Kampfansage an den Wettbewerb verstehen, der sich derzeit mit nicht viel weniger Euphorie auf das lukrative Security-Geschäft stürzt. Wie sich Exclusive Networks gegen die starke Kon-

kurrenz unter anderem der Broadliner behaupten will? „Man kann als Distributor nicht alle IT-Themen in der Tiefe abdecken, das ist viel zu komplex. Wir sind als Spezialdistributor deutlich besser aufgestellt. Wir stehen ganz für Security, wir machen nichts anderes.“

Nichtsdestotrotz musste sich auch Exclusive Networks hierzulande erst neu ordnen, die vergangenen Jahre waren unter anderem geprägt von Personalwechseln, darunter der Weggang vom ehemaligen DACH-Chef Florian Zink Ende 2020. „Es gab einen Wandel, eine Neustrukturierung“, berichtet Adä. „Jetzt braucht es wieder mehr Stabilität.“ Dabei nimmt sich der Manager selbst nicht aus, dessen Lebenslauf nach mehr als neun Jahren bei Ingram Micro zuletzt von zwei vergleichsweise kurzen Stopps bei Arrow und Avnet geprägt war. „Mein Ziel ist definitiv längerfristig. Exclusive hat mich beeindruckt und ich bin extrem optimistisch.“

Lösungs- statt Herstellerorientierung

Eine überzeugte Spitze, eine neue Struktur, ein „starkes Portfolio“ – der VAD sieht sich bestens aufgestellt, um die selbst gesteckten, ambitionierten Ziele zu errei-

„Man kann als Distributor nicht alle IT-Themen in der Tiefe abdecken, das ist viel zu komplex. Wie sind als Spezialdistributor deutlich besser aufgestellt. Wir stehen ganz für Security, wie machen nichts anderes.“

chen. Jetzt will Adä Vertrieb und Service-Angebot weiter ausbauen, das Team erweitern und auch das eigene Produktsortiment „sinnvoll ergänzen“. Ziel sei es, sich als Enabler mit starken Lösungsorientierung an der Seite der Partner zu positionieren, in Abgrenzung zur üblichen „Herstellerorientierung“.

Der Markt könnte Exclusive bei seiner ambitionierten Wachstumsstrategie in die Karten spielen. Immerhin wächst das Security-Business in vielen Bereichen rasant. „Durch Corona haben wir eines gesehen: Die Digitalisierung ist wichtig, aber sie muss auch abgesichert werden“, berichtet Adä. „Immerhin geht es um viel Geld. Heute plane ich keinen Banküberfall mehr, sondern ich habe einen Hacker.“ Entsprechend nehme das Verständnis auf Unternehmensseite sukzessive zu, immer komplexere Lösungen würden nachgefragt. Das Momentum zu nutzen und für weitere Awareness zu sorgen, das liege laut dem Manager jetzt in den Händen von Partnern, Herstellern, Fachmedien, aber letztlich auch des VADs. „Unsere Aufgabe ist das Enablement, den Partner erst einmal in die Lage zu versetzen. Enabling: Das ist der Klebstoff, der alles zusammenhält.“ ■



Kyocera Chap – Das Partnerprogramm für den IT-Fachhandel

Jetzt informieren, profitieren und anmelden.

chap.kyocera.de



Fujitsus Pläne für Nach-Corona

Digital Workplace, Cloud und Hybrid-IT

Die Trends zu digitalen Arbeitsplätzen, Cloud-Services und Hybrid-IT haben sich durch die Corona-Ausnahmesituation noch einmal beschleunigt. Das schlägt sich auch in Fujitsus Geschäftsentwicklung nieder, wie Zentraleuropachef Rupert Lehner berichtet. Der Hersteller konzentriert sich deshalb noch stärker auf IT-Services und Beratung und baut hier weiter Personal auf.

Michaela Wurm | Die Trends zu neuen Arbeitsplatzkonzepten, Cloud und Hybrid-IT stehen im Mittelpunkt von Fujitsus Strategie in Zentraleuropa während der noch laufenden Corona-Maßnahmen und darüber hinaus. Denn der Wandel sei derzeit nicht nur so schnell wie nie, stellt Fujitsus Zentraleuropachef Rupert Lehner fest, die Veränderungen seien auch dauerhaft. Das gelte vor allem für das seit Beginn der Pandemie beherrschende Thema „digitaler Arbeitsplatz“. Nach dem ersten Schock hätten die Firmen im vergangenen Jahr zunächst Notfallbeschaffung betrieben. Mittlerweile seien jedoch strategische Veränderungen klar erkennbar, so Lehner: „Die Phase der Notbeschaffung von IT, damit Beschäftigte überhaupt von zu Hause arbeiten konnten, ist spätestens seit dem Jahreswechsel bei unseren Kunden vorbei. Jetzt findet die Einführung neuer Arbeitsplatzkonzepte wieder im Rahmen einer langfristigen strategischen Planung statt.“

„Arbeits- und Führungskultur anpassen“

Mitarbeiter erwarteten von ihren Arbeitgebern flexible Arbeitsumgebungen. Unternehmen, die dies nicht bieten, drohe der Verlust qualifizierter Beschäftigter, warnt Lehner. „Für viele Unternehmen ist mittlerweile die größte Herausforderung nicht mehr, die IT für moderne Arbeitsplatzkonzepte bereitzustellen, sondern



Rupert Lehner, Head of Central and Eastern Europe & Products Europe, Fujitsu

Lieferengpässe bei Komponenten bereiten Fujitsu Kopfschmerzen

die Arbeitskultur und insbesondere die Führungskultur auf ein dauerhaft verändertes Arbeiten anzupassen.“

Auch Fujitsu hat seine Beschäftigten gefragt, wie sie künftig arbeiten möchten und rund 80 Prozent wollen einen flexiblen Mix aus Büro und Homeoffice. Dieses Ergebnis hat auch Auswirkungen auf die Gestaltung der Büros. „Wir rechnen mit nur noch rund 20 Prozent Einzelarbeitsplätzen, 80 Prozent der Fläche sind unterschiedlich gestaltete Bereiche für gemeinsames Arbeiten“, berichtet Lehner. Umgesetzt wurde dieses neue Konzept von Fujitsu in einem Pilotprojekt am Standort Nürnberg. Dort entfallen nur noch 20 Prozent der Fläche auf

klassische Büroarbeitsplätze, der Rest ist Co-Working-Fläche. Aufgrund der Befragung rechnet der Hersteller mit einer durchschnittlichen Bürobelegung von nur noch rund 50 Prozent. Der Flächenbedarf werde allerdings nicht so stark sinken, meint Lehner. Fujitsu gehe nur von rund zehn bis 20 Prozent weniger als bisher aus.

Cloud-Services im Mittelstand angekommen

Aber auch weitere Trends wurden seit dem vergangenen Jahr deutlich beschleunigt, berichtet Lehner, nämlich Cloud und Hybrid-IT: „Speziell der deutsche Mittelstand war lange Jahre im internationalen Vergleich sehr zurückhaltend beim Nutzen der Cloud. Dies galt ganz besonders für Hyperscaler-Angebote.“

Spätestens seit Corona sei dies anders. Für Kunden, die vor zwei, drei Jahren noch nichts von derartigen Diensten wissen wollten, stelle sich jetzt nicht mehr die Frage ob, sondern wofür sie Hyperscaler-Angebote nutzen wollen. „Selbst unsere mittelständischen Kunden nutzen mittlerweile ganz selbstverständlich etliche verschiedene Cloud-Services. Zu Beginn der Pandemie teils notgedrungen vorgenommene akute Cloud-Buchungen gehören der Vergangenheit an. Mittlerweile sind sie wieder stärker in die strategische Planung eingebettet“, erklärt der Fujitsu-Manager.

Die Nachfrage nach Pay-per-use-Modellen sei in den vergangenen Monaten ebenfalls deutlich gestiegen. Trotzdem würden auch On-Premise und dedizierte private Dienste weiterhin benötigt, so Lehner. Die Kunden würden sich künftig noch mehr überlegen, was sie intern und was sie in die Cloud geben. „Da entsteht enormer Beratungsbedarf“, so Lehner. Deshalb habe Fujitsu hier investiert und werde weiter investieren. Konkret nennt er die Investitionen in die Plattform „Fujitsu Service Hub“ sowie die Einstellung von fast 600 neuen Mitarbeitern. Und weitere 350 Mitarbeiter für IT-Services, strategische Beratung und SAP sollen folgen.

IT-Infrastruktur und Clients weiter gefragt

Aber auch Fujitsus klassisches Infrastruktur- und Hardware-Geschäft hat sich laut Lehner nicht nur im Ende März 2021 abgelaufenen Geschäftsjahr gut entwickelt: „Wir waren im letzten Geschäftsjahr bei IT-Infrastruktur sehr gut unterwegs, hatten ein sehr starkes Geschäft, dieser Bereich hat sich sehr gut entwickelt. Das gilt auch für den Endgerätebereich, wobei der massive Trend zu mobilen Endgeräten zu Rückgängen bei Desktop-PCs geführt hat.“

Diese Trends zeigten sich auch in den ersten drei Quartalen des

neuen Geschäftsjahres. Kopfschmerzen bereiten dem Hersteller allerdings die starken Lieferengpässe auf der Materialseite. „Das betrifft Computerchips, aber auch andere Materialien“, so Lehner. „Ursache ist vor allem die Liefersituation in Fernost. Betroffen sind mobile Endgeräte, aber auch das x86-Server-Umfeld. Diese Engpässe werden uns sicher über die Sommermonate bis in den Herbst begleiten, sodass sich auch bei uns Lieferverzögerungen nicht immer vermeiden lassen.“ Eine Prognose für das Gesamtjahr will er noch nicht treffen, aber „die Materialverfügbarkeit bleibt vorerst angespannt.“ ■

Monitoring-Plattform von Server Eye

Bytec baut MSP-Angebote aus

Lenovo, bald schon Fujitsu sowie D-Link und auch die Datenbank Informix sollen mit Sensoren für das Monitoring von Partner-Services bei Bytec erhältlich sein. Der VAD will sein gesamtes Portfolio MSP-reif machen – mit Hilfe des Kooperationspartners Server Eye.

Martin Fryba | Ohne konkrete MSP-Lösungen verliert jeder VAD an Wettbewerbsfähigkeit. Denn Remote-Überwachung, in einem MSP-Vertrag besiegelt, gehört bei immer mehr, auch kleineren Systemhäusern zum Standard-Angebot. Bytecs große Stärke war schon immer, die Hardware seiner Hersteller mit umfangreichen Services zu flankieren, die Partner für ihre Kunden beziehen konnten. Nur eine RMM-Plattform, wo alles Technische und Vertragliche in einem Dashboard zusammenlaufen, hatte Bytec bis vor kurzem noch nicht im Angebot.

Das hat sich geändert, seit der Friedrichshafener VAD der bislang erste und einzige Distributor für Server Eye ist und eine „neue



Michael Krämer, Server Eye (li.), und Bytec-Chef Reinhold Egenter: „Die Zusammenarbeit ist vielversprechend angelaufen.“

Ära“ ausgerufen hatte. Im vergangenen Oktober sind dann auch handfeste Lösungen zum Abschluss gekommen. Bytec-Chef Reinhold Egenter bilanziert nun einen „gelungenen Auftakt“ der Kooperation und stellt die Ergebnisse vor.

Sensoren für Hersteller-Services von Bytec

Die Zusammenarbeit sei so „vielversprechend angelaufen“, dass Egenter gleich in die Vollen greift

und auf die seit April verfügbaren Sensoren für Lenovo-Services hinweist. Damit würden Servicezeiten für PCs, Notebooks und Server überwacht, die sich beim Auslaufen der Services melden und automatisch verlängert werden können. Zudem: Gleiches soll bald für Fujitsu-Services kommen, für Dienste rund um die IBM-Datenbanklösung von Informix und Netzwerkhersteller D-Link, wie man überhaupt nun das Ziel verfolge, „unsere gesamte Produktpalette mit Sensoren abzudecken“, so Egenter. Die neue Ära für Bytec, sie wird den VAD nicht von heute auf morgen gleich auf den Kopf stellen. Aber für das immer wichtigere MSP-Business der Partner will das Unternehmen gerüstet sein.

Michael Krämer, Chef des mit 100 Mitarbeitern größten Systemhauses im Saarland, dürfte die Bytec-Vision nur recht sein. Krämer gehört mit der Monitoring-Plattform Server Eye zu den Pionieren hierzulande, die sich schon früh der Managed Services-Automation verschrieben haben. ■

Für das immer wichtigere MSP-Business der Partner will Bytec gerüstet sein

msg übernimmt Start-up Neohelden

„Hey SAP, mach mal...“

Das neue Tippen ist Sprechen – mit Bots oder Applikationen, bei denen Techniker mit Datenbrillen auf der Nase die Hände frei haben und per Sprache navigieren. Goliath msg kauft David aus Karlsruhe, alias Neohelden, und will Marktführer bei KI-basierten Assistenzsystemen werden.

Martin Fryba | Die 18 Neohelden aus der Karlsruher Oststadt, dem Silicon Valley des Südwestens dieser Republik, dürften in der 8.500 Mitarbeiter zählenden msg-Firmengruppe auffallen. Al-



Die Neohelden aus Karlsruhe, Experten für digitale Assistenzsysteme, Chat- und Voicebots, gehören jetzt zum Systemintegrator msg

lein optisch schon in ihren schwarzen Kapuzenpullis mit großem Kreis auf der Brust, der wohl eine Sprachaufzeichnung stilisieren soll. Beim traditionsreichen IT-Haus mit mittlerweile über eine Milliarde Euro Umsatz aus 28 Ländern, Gründungsjahr 1980, ist hingegen lediglich die Krawatte schon gefallen. Weißes Hemd und schwarzes Sakko, die die fünf Vorstände kleiden – allesamt Männer übrigens – bilden einen augenfälligen Kontrast zwischen der alten Welt der Systemintegration und dem frischen Technologie-Spirit, der im Start-up Neohelden weht und der künftig auch unter dem Dach der msg-Gruppe einziehen soll.

„Durch die Akquise bietet msg den Kunden künftig IT-Beratung und eine hochmoderne Lösung für

digitale Assistenzsysteme, Chat- und Voicebots aus einer Hand an“, teilt msg mit. Seit einem Jahr kennt man sich aus der offenbar so erfolgreichen Projektarbeit, dass die Übernahme von Marke,

nikation und öffentliche Auftraggeber. msg wiederum holt sich Kompetenzen in einer Technologie, die vor allem von Start-up-Gründern vorangetrieben wird: Digitale Assistenten mit und ohne Sprachsteuerung, Chat- sowie Voicebots. Gerade auch die Versicherungswirtschaft, nicht bekannt als Pionier der Digitalisierung, wird sich neuen Dialogformen in der Kundenkommunikation und effizienten, kostensparenden Prozessen auf Basis digitaler Plattformen nicht länger verschließen können.

Keine alten Zöpfe

Was technologisch ins Portfolio passt, muss indes firmenkulturell nicht aufgehen, wenn ein David mit Goliath harmonieren soll. Es geht bei dieser Akquisition auch nicht darum, einen innovativen kleinen Player lediglich vom Markt wegzukaufen und die eigene Wettbewerbsposition zu sichern, wie vielfach bei Konzernübernahmen üblich.

msg-Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender Hans Zehetmaier ist alles andere als ein Unternehmer, der an alten Zöpfen festhält. Es wäre der „größte Fehler, wenn wir so weitermachen wie bisher und uns nicht der Digitalisierung verschreiben“, sagte er in einem Interview der „Süddeutschen Zeitung“. Das hätte auch der CEO eines großen Versicherers sagen können. Zehetmaier, bis Jahresanfang 2020 Vorstandsvorsitzender bei msg, kennt viele von ihnen persönlich. Sie mit einem Neohelden bekannt zu machen, könnte ihren Blick erheblich weiten. ■

Produktentwicklung und Projekten rund um die Produkte „Neo“ nur eine Frage der Zeit war. Neohelden-Geschäftsführer Kiryo Abraham und Philipp Csernalabics wechseln zum Konzern msg.

msg öffnet Märkte für Start-up

Jahrzehntelange Erfahrung aus der Systemintegration, bewährte Vertriebsstrukturen, Bekanntheit der Marke und Reputation bei vielen großen Kunden vor allem aus der Versicherungsbranche öffnen dem Karlsruher Start-up einen Markt, den das junge Unternehmen aus eigener Kraft kaum hätte erschließen können. Zwölf Branchen fokussiert msg insgesamt, darunter Versicherungen, Banken, Fertigung, Telekommuni-

Unter dem Dach der msg-Gruppe soll Start-up-Geist wehen

ICT CHANNEL zählt!

Themen der Woche

ICT CHANNEL 17 erscheint am 27.8.2021, Anzeigenschluss am 13.8.2021

17 Consumer Electronics

Monatelange geschlossene Geschäfte und ausgefallene Messen haben der CE-Branche zu schaffen gemacht. Trotzdem sorgten die ans Haus gefesselten Kunden für steigende Umsätze. Homeoffice-Produkte, aber auch Entertainment-Devices waren heiß begehrt.



Quelle: Samsung

ICT CHANNEL 18 erscheint am 10.9.2021, Anzeigenschluss am 27.8.2021

18 Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz eröffnet immense Chancen, birgt allerdings ebenso hohe Risiken. Bei der Erschließung neuer, erfolgreicher KI-basierter Geschäftsmodelle geht es vor allem um Vertrauen, das hier kein „Nice to have“ ist, sondern ein Muss.



Quelle: ipopba | AdobeStock

ICT CHANNEL 19 erscheint am 25.9.2021, Anzeigenschluss am 24.9.2021

19 Server & Storage

Vor allem Betreiber von Datacentern brauchen immer mehr performante Hardware. Der Markt ist hart umkämpft und neue Wettbewerber versuchen, sich ein Stück davon zu sichern. Für Systemhäuser und Reseller eröffnen sich dadurch allerdings auch neue Geschäftschancen.



Quelle: greenbutterfly | AdobeStock

Extras und Sonderhefte

Erscheint mit ICT CHANNEL 17 am 27.8.2021, Anzeigenschluss am 6.8.2021

Extra MSSP

17

Die Zahl der Cyber-Angriffe nimmt stetig zu, die Werkzeuge werden immer professioneller, die Risiken für die Wirtschaft immer größer – und viele Unternehmen verfügen nicht über das nötige Know-how oder die Lösungen, um dieser Bedrohungslage begegnen zu können. Nicht ohne Grund gelten Managed Security Services daher als größte Chance im gesamten MSP-Bereich.

Erscheint mit ICT CHANNEL 18 am 10.9.2021, Anzeigenschluss am 20.8.2021

Extra Smart Home

18

Smarte Technik ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und Homeoffice als neuer Arbeitsplatz zur Routine geworden. Der Nutzen, nämlich mehr Komfort und mehr Sicherheit zuhause, ist inzwischen allseits bekannt. Dem Channel bieten sich hier hervorragende Erfolgsaussichten.

Erscheint mit ICT CHANNEL 19 am 25.9.2021, Anzeigenschluss am 17.9.2021

Extra Video- & Konferenztechnik

19

Auf leistungsfähige Video- & Konferenztechnik kann spätestens seit Beginn der Corona-Pandemie kaum ein Unternehmen mehr verzichten. Für reibungslose Kommunikation und hochqualitative Präsentation gibt es eine Vielzahl an Lösungen auf dem Markt, die mit entsprechender Beratung auf Kunden warten.

Ihre Medienmarke im ICT Channel. Crossmedial. Reichweitenstark. Unabhängig.

ICT CHANNEL –
das auflagenstarke
Fachmedium
im IT- & TK-Channel

Aktuelle und top recher-
chierte News, Hintergrün-
de und Berichte

Die ICT CHANNEL-Son-
derhefte rücken Kern-
bereiche der IT- & TK-
Branche und des
-Channels in den Fokus

Mehrwerte nicht nur für
Systemhäuser, MSPs, VARs
und Reseller

Der reichweitenstarke
Webdienst ict-channel.com
berichtet rund um die
Uhr über Top-News der
Branche.

Immer am Puls des
ICT Channels



ICT
CHANNEL

ICT
CHANNEL Sonderhefte

ICT
CHANNEL Online

ICT
CHANNEL Events & Awards

Cloudblue bringt den Channel in die Cloud-Welt

„Wir sind ein Start-up auf den Schultern eines Riesen“

Wenn es sein muss, führt Steuermann Tom Schröder wenig affine Cloud-Reseller so schnell durchs Ziel, wie zu seinen besten Zeiten als Deutscher Rudermeister. Die ausgefeilte Plattform für Digitalmarktplätze und das Ökosystem stehen, der Markt verlangt nach XaaS und auch bei schon etablierten MSPs will der neue DACH-Chef punkten.

Martin Fryba | Ein Start-up soll Cloudblue sein? Wo doch das Ökosystem bereits 80.000 Reseller zählt, 200 der, so die Selbstdarstellung, weltweit größten Cloud-Marktplätze für MSPs und Dienstleister betreibt, die gemeinsam über die Plattform dieses jungen Unternehmens schon mehr als 30 Millionen Enterprise-Abos verkauft haben und nun verwalten? Klares Jein!

Denn einerseits ist Cloudblue aus Ingram Micro heraus entstanden, weil der weltgrößte Distributor vor rund zehn Jahren die überragende Relevanz des digitalen Vertriebs von Software im SaaS-Bezug, IaaS, unzähligen Branchenlösungen und Spezialanwendungen erkannt hat und daraus den Schluss zog, dass der Channel Marktplätze und MSP-Modelle braucht. Rund eine halbe Milliarde Dollar investierte Ingram Micro im vergangenen Jahrzehnt in den Aufbau einer Plattformökonomie, soviel, wie kein anderer Distributor. Eigene Marktplätze so aufzubauen, dass Reseller Dienste für Kunden beziehen, sie verwalten und konsolidiert abrechnen können, wurde zunächst in den Landesgesellschaften von Ingram Micro aufgebaut.

Blaupause für alle

Und andererseits ist Cloudblue jetzt der Vermarkter einer in vielen Jahren erarbeiteten Blaupause für den Aufbau solcher komplexen Digitalmarktplätze, die dem



Quelle: Cloudblue

» **Mit Ausdauer und Leidenschaft ins Ziel. Das ist im Rudersport nicht anders, als wenn sich ITK-Unternehmen zum vollautomatisierten Service-Provider weiterentwickeln wollen.**

Tom Schröder, seit April 2021 DACH-Chef von Cloudblue

Channel offeriert werden. Und zwar Resellern, die mit einem wenig überfrachteten Marktplatz endlich in den Cloud-Vertrieb einsteigen wollen. Systemhäusern und MSPs, die die Verwaltung und Administration eines ausgefeilten Marktplatzes und eines wachsenden Portfolios lieber Spezialisten anvertrauen. Unternehmen, die im digitalen Vertrieb schon gut unterwegs sind, aber die vollständige Plattform On-Premise im eigenen Haus betreiben wollen, wie beispielsweise Telcos. Cloudblue hat also als Business Unit eine längere Historie im Ingram Micro-Konzern und – wie man hofft – noch eine große Zukunft vor sich.

„Wir sind ein Start-up auf den Schultern eines Riesen“, sagt Tom Schröder sehr treffend.

Bei allem gemeinsamen Ziel, Resellern bei der Transformation vom Projekt- und Produktgeschäft zum IT-Provider erfolgreich zu unterstützen, prallen eben auch zwei Kulturen aufeinander: Broadline-Distribution, noch immer stark im transaktionalen IT-Handelsgeschäft verhaftet, auch wenn dazu schon länger „Solutions“ zählen. Und die jungen Wilden aus der Plattformökonomie: Software- und Schnittstellenspezialisten, bisweilen Nerds, denen keine B2B-Herstellerlösung zu komplex ist, um sie nicht im

Digitalmarktplatz zu integrieren und „consumptional“ zu machen. Das X im XaaS steht für das Channel-Geschäftsmodell „Alles-als-Service-Provider“ – und zwar „innerhalb eines halben Jahres“, wenn es nach dem neuen DACH-Chef von Cloudblue, Tom Schröder, geht.

Schröder, 36 Jahre alt, traut man sogar zu, Distributoren als Kunden zu gewinnen, die ihren Marktplatz als White-Label-Lösung von Cloudblue bespielen lassen. „Mir werden da keine Steine in den Weg gelegt“. Technologie sei „neutral“, sagt der gebürtige Essener. „Ich würde einen Cloud-Marktplatz für einen Distributor mit der gleichen Energie vorantreiben wie für alle anderen Kunden aus dem Channel“, verspricht der Diplomkaufmann und Wirtschaftsinformatiker. Keine schlechte Kombination, wenn man für den Aufbau eines Channel-Vertriebs im Cloud Business brennt und nicht dauernd von Management-Rochaden ge-

bremst wird. Auch die kennt der Ex-Channel-Chef von Symantec Deutschland. Vier CEOs in fünf Jahren, da ist der Rheinländer froh bei Cloudblue eine „Reinkarnation dessen“ gefunden zu haben, „was ich immer wollte“.

Vorteil für Distributoren, die sich nicht daran stören, dass ihnen die noch als Business-Unit von Ingram Micro agierende Cloudblue einen digitalen Marktplatz aufbaut und sie ohne große eigene Investitionen den Weg ins Cloud-Geschäft finden: Sie brauchen keine separaten Distributionsverträge mit Herstellern oder ISVs abschließen. „Die Syndizierung über uns macht es möglich“, so Schröder. 120 Cloud-Lösungen stehen ihnen aktuell zur Verfügung. Das Portfolio wächst mit jeder Lösung, die Hersteller MSP-fähig machen.

Beim IT-Managementanbieter Serviceware, Schröders fast fünfjährige Station nach Symantec, hatte er sich im wahrsten Sinne

Neben Resellern, Systemhäusern und MSPs will Cloudblue auch Distributoren für den Aufbau von Marktplätzen bedienen

des Wortes durchgebissen und als Direktor für das internationale Partnergeschäft Deals mit Größen wie KPMG, PWC und EY abgeschlossen. Das sei der bislang „härteste Knochen“ in seiner Channel-Karriere gewesen, sagt Schröder.

Deutscher Meister

Den Biss, den er zweifelsohne erst recht bei Cloudblue braucht, hatte er sich früh angeeignet. Zehn Jahre ruderte Schröder auf dem Niveau des Junior-Leistungssports und holte als Acht- bis 17-Jähriger drei Mal den Titel eines Deutschen Meisters im Rudern. Steuermann war er. Ausdauer und Leidenschaft bringt Manager Schröder also mit. Das passt, wenn der jetzige DACH-Chef von Cloudblue Kunden durch die bisweilen Untiefen eines digitalen Marktplatzes ins Ziel zu lotsen hat. Auch oder gerade wenn sie im Cloud-Geschäft untrainiert sind. ■

Partnerprogramm erneuert

Veritas lässt Partner schneller aufsteigen

Veritas will es seinen Partnern über Anpassungen am eigenen Partnerprogramm einfacher machen, Neukunden zu gewinnen. Als Anreize setzt der Hersteller höhere Rabatte und schneller erreichbare Umsatzziele.

Selina Doulah | Datensicherheits-Anbieter Veritas verleiht seinem Partnerprogramm unter dem Titel „2022 Veritas Partner Force Program“ einen neuen Anstrich. Ziel sei vor allem, es Partnern schneller zu ermöglichen, in den Partnerstufen höher eingeordnet zu werden und damit früher von Leistungen wie besseren Rabatten profitieren zu können. Für diesen Zweck ersetzt der Hersteller die bisher jährlichen durch quartalsweise Umsatzziele, damit



Martin Böker, Director Channel DACH bei Veritas

diese früher erreicht werden können. Und da in der Pandemie das Gewinnen von Neukunden schwieriger ist, will Veritas Partner, die dies dennoch erfolgreich schaffen, stärker belohnen – etwa durch doppelte Rabatte auf bestimmte Produkte des Herstellers. Dazu zählen „NetBackup“, die Analytics-Plattform „Aptare“ so-

Die erfolgreiche Neukunden-Akquise in anspruchsvollen Zeiten soll belohnt werden

wie „Infoscale“, eine Datenverwaltungs- und Verfügbarkeitslösung.

Marketingbudgets variabel einsetzbar

Zudem will Veritas auch die Marketingbudgets einfacher nutzbar machen, indem Partner diese projektweise beziehen können. „So muss ein Partner sein Budget nicht zwangsläufig versuchen auszugeben, damit es nicht verfällt, und kann es dafür an zeitlich passender Stelle einsetzen“, erklärt Martin Böker Director Channel DACH bei Veritas.

Darüber hinaus arbeitet der Anbieter derzeit an einem speziellen Angebot für Managed Service Provider, wie Veritas vorab ankündigte. ■

Women in Tech

Cyber Security braucht mehr Frauen

In der Cyber Security-Branche arbeiten noch immer zu wenige Frauen. Eine schlechte Nachricht, bedenkt man den Fachkräftemangel und den wachsenden Bedarf durch zunehmende Cyberbedrohungen. Doch es gibt Lösungen, um dem entgegenzuwirken.

Selina Doulah | Die Zahl der offenen Stellen in der Cybersicherheit übersteigt weltweit mittlerweile vier Millionen, wie aus der „Cybersecurity Workforce Study 2019“ von (ISC)² hervorgeht. Und nur 16,8 Prozent der IT-Jobs in Deutschland sind von Frauen besetzt, zeigt wiederum die Studie „Women in Tech Across the Globe: A Good Practice Guide for Companies“ vom Eco-Verband auf. Angesichts der Tatsache, dass die Bedeutung der IT im Zuge der Digitalisierung sowie damit verbunden auch die Ausgaben stetig zunehmen, werden Frauen in einem Bereich unterschätzt, in dem das Potenzial Karriere zu machen, heutzutage mit am größten ist. Das gilt vor allem auch für den aktuell so chancenreichen Security-Sektor.

Dabei zeigt der Women in Cybersecurity Report erste grundsätzliche optimistische Ergebnisse. Allerdings ist die – vermeintlich – positive Entwicklung von elf auf 24 Prozent beim Anteil weiblicher Angestellter in Cyber Security-Berufen jedoch vor allem einer neuen Methodik der Erhebung geschuldet. „Wir haben mit zertifizierten Cyber Security-Fachleuten in offiziellen Cyber Security-Funktionen sowie mit IT/ICT-Fachleuten gesprochen, die mindestens 25 Prozent ihrer Zeit mit Cybersecurity-Aufgaben verbringen“, so die Angaben der forschenden. Man habe einen „ganzheitlicheren Blick“ auf den gesamten Themenkomplex geworfen und hinterfragt, wer wirklich die Arbeit im IT-Sicherheitsbereich mache.



Trotz Fachkräftemangel: Nur 16,8 Prozent der IT-Jobs in Deutschland sind von Frauen besetzt

„Cyber Security zu einer lohnenden und einladenden Karriere für alle machen“

Chancen müssen für alle gleich sein

Ein anderer Blick, die Aussage bleibt jedoch die gleiche: Nach wie vor arbeiten zu wenige Frauen arbeiten im Cyber Security-Sektor, von einem ausgeglichenen Geschlechterverhältnis sowie den dafür nötigen Voraussetzungen ist man vielerorts weit entfernt. „Wir haben Probleme, genügend Frauen zu rekrutieren und einzustellen, Frauen über die Mitte ihrer Karriere hinaus in der Branche zu halten und nicht zu vergraulen. Wir haben Probleme mit der Lohngleichheit und Gleichberechtigung bei der Beförderung und wir müssen ständig gegen das allgegenwärtige Vorurteil ankämpfen, dass Frauen nicht so technisch begabt seien wie Männer“, erklärt Debra Danielson, Chief Technology Officer & SVP of Engineering bei Digital Guardian. Danielson kann aus ihrer 25-jährigen Erfah-

rung als Cyber Security-Expertin berichten und erklären, wie die Branche ihre Diversität ausbauen und damit letztlich auch dem Fachkräftemangel entgegenwirken kann: „Werfen Sie einen genauen Blick auf Ihre Zahlen. Erstellen Sie ein Framework, der etablierte Vorurteile identifiziert, die durch empirische Wissenschaft gestützt werden. Beleuchten Sie diese, damit voreingenommenes Verhalten benannt werden kann. Beziehen Sie auch Männer in den Aufdeckungsprozess mit ein,“ empfiehlt Danielson.

Denn einige der größten Befürworter einer stärkeren Beteiligung und eines größeren Erfolgs von Frauen in der Technologiebranche seien Männer. Väter könnten etwa sehr engagierte Verbündete sein, wenn sie sich dafür einsetzen, dass ihre Töchter eine faire Chance auf den Erfolg bekommen, den sie selbst bereits hatten.

Wir alle hätten Vorurteile, sagt Danielson, und diese gesellschaftlichen Geschlechterrollen seien tief in uns verankert. Das gelte längst nicht nur für Männer, sondern auch für Frauen, die bewusst oder unbewusst andere Frauen diskriminieren. „Überlegen Sie, wie Sie das System verändern können, um die Voreingenommenheit zu überwinden. Machen Sie deutlich, dass es nicht darum geht, einer Frau einen Vorteil zum Nachteil eines Mannes zu verschaffen, sondern um einen Weg für mehr Chancengleichheit“, unterstreicht Danielson.

Auch der Women in Cyber Security Report empfiehlt Lösungsansätze: „Unsere Untersuchung zeigt ermutigende Anzeichen dafür, dass es Frauen gelingt, sich einen Weg zum beruflichen Erfolg zu bahnen, indem sie eine höhere Ausbildung anstreben und sich trotz traditioneller Hindernisse wie der unterschiedlichen Bezahlung für Führungspositionen qualifizieren.“ Und wenn Frauen in ihrem Beruf erfolgreich sind, dienen sie laut den Autoren wiederum als Vorbilder für andere Frauen, die selbst in die Cyber Security einsteigen wollen. Um starke, adäquat besetzte Teams aufzubauen, müssten Arbeitgeber den Cyber security-Bereich zu einer lohnenden und einladenden Karriere für alle machen. Das sei wiederum wichtig, um die wachsende Lücke in der Belegschaft zu schließen.

Vorbildlich: Frauen in der IT-Security

Es viele Frauen, die mit positivem Beispiel und somit als Vorbilder vorangehen: Janina zur Mühlen beispielsweise arbeitet als Senior Channel Marketing Managerin bei Mimecast, einem Anbieter für Daten- und E-Mail Security. Eine Karriere im Bereich Cyber Security hatte zur Mühlen zwar eigentlich nicht angestrebt, wie sie sagt, aber: „Selbst wenn man bislang keine Berührungspunkte zu neuen Technologien hatte, so bietet dieses Feld fast unbegrenzte Mög-

lichkeiten. Ich bin mir sicher, dass jede Frau darin Facetten ausfindig machen kann, die ihr zusagen. Insbesondere im Bereich Cyber Security passiert jeden Tag so viel in der Welt, was ich wahnsinnig spannend finde. Man muss sich täglich neuen Herausforderungen und Veränderungen stellen – Cyber Security ist sehr schnelllebig, da auch die Cyberkriminellen nicht schlafen. Selbsterklärend, dass jede Frau in diesem zukunftsweisenden Umfeld viel lernen kann“, sagt zur Mühlen.

Frauen, die Geschichte machten

Auch an weiteren Vorbildern mangelt es in der IT nicht – mehr sichtbar müssten sie nur sein. Frauen waren von Anfang an in der Tech-Branche vorne dabei: Hinter dem ersten Universalcomputer namens Eniac standen sechs Programmiererinnen: Jean Bartik, Marlyn Wescoff Meltzer, Ruth Lichterman Teitelbaum, Kay McNulty Mauchly Antonelli, Frances Spence und Frances Elizabeth Holberton. Trotz ihrer bahnbrechenden Arbeit veröffentlichte die Armee nie die Namen der Frauen, die an Eniac arbeiteten. Daher wurden sie weitgehend vergessen, bis Kathy Kleiman, Film-Produzentin mit „The Computers: The Remarkable Untold Story of the Eniac Programmers“ auf die Geschichte der IT-Pionierinnen aufmerksam machte.

Und auch Suchmaschinen, wie wir sie heute kennen, basieren



Debra Danielson, Chief Technology Officer & SVP of Engineering at Digital Guardian

auf dem Konzept der inversen Dokumentfrequenz, das 1972 von Karen Spärck Jones, Professorin am Cambridge Computer Laboratory, entwickelt wurde.

„Wir brauchen Diversität beim Coding“

Vorbilder, Role Models, gute Beispiele sind also ganz und gar nicht rar – nur sie allein sind nicht die Lösung, wie Tijen Onaran, Unternehmerin, Investorin, Autorin und Gründerin von Global Digital Women in einem Webinar von Salesforce sagte: „Es ist auch wichtig, dass Frauen sichtbar sind. Aber es geht in unserer Gesellschaft nicht darum, Frauen zu empowern, sondern die Strukturen so zu verbessern, die ihnen auch Anreize bieten.“

Onaran erklärt zudem: „Wir brauchen diverse Perspektiven am Tisch. Insbesondere beim Coding brauchen wir einen anderen und einen neuen Blick.“ Deshalb engagiert sie sich in ihrer Arbeit dafür, große Tech-Unternehmen dabei zu unterstützen, Diversität aufzubauen. Denn um Vielfalt zu erreichen, braucht es strukturelle Veränderungen, die letztlich auch den Unternehmen und der gesamten Wirtschaft zugutekommen: Die Bewältigung des Fachkräftemangels ist nur ein Beispiel, eine stärkere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein anderes. ■

Janina zur Mühlen, Senior Channel Marketing Managerin bei Mimecast



Quelle: Mimecast



Spielerisches Umsatzpotenzial

Deutschland im Gaming-Fieber

Dank des Corona-bedingten Spiele-Booms wurde im vergangenen Jahr in Deutschland ein Rekordumsatz von mehr als acht Milliarden Euro mit Gaming-Hardware und Computerspielen erwirtschaftet. In den meisten Bereichen soll die Nachfrage noch auf Jahre weiter wachsen.

Lars Bube | Die pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen des letzten Jahres haben zu einer weitgehenden Verlagerung des sozialen Lebens und Arbeitens ins Netz geführt, von der die ITK-Branche enorm profitieren konnte. Während die Betriebe sich fürs mobile Arbeiten aufrüsteten und ihre Prozesse und Kommunikationswege digitalisierten, wurde auch zuhause kräftig in die entsprechende Ausstattung investiert. Ob Zubehör wie Webcams, Headsets, Tastaturen und Mäuse, Peripherie in Form von Geräten wie Monitoren und Druckern, oder ganze Rechner: Dem Fachhandel wurden die meisten Produkte von Privatkun-

Digitale Aufrüstung der heimischen PC-Landschaft

den und Unternehmen gleichermaßen regelrecht aus der Hand gerissen.

Einer der größten Gewinner war dabei der Bereich Gaming. Für immer mehr Bürger jeden Alters wurden Computer- und Videospiele zur willkommenen Abwechslung im tristen Corona-Alltag und zur Plattform für gesellige virtuelle Runden mit Sicherheitsabstand. Laut den Zahlen des Branchenverbands Game wurden im vergangenen Jahr in Deutschland insgesamt 8,5 Milliarden Euro für Games sowie Hardware und Zubehör ausgegeben – mehr als je zuvor. Gegenüber 2019 hat der Gesamtumsatz des Gaming-Segments

damit um satte 32 Prozent zugelegt, erstmals seit Jahren konnte dabei jedes einzelne der ausgewiesenen Segmente wachsen.

Am Handel vorbei

Am meisten Geld gaben die Deutschen Spieler erneut für die Spiele selbst aus. Mit 5,2 Milliarden Euro sorgte die Software für mehr als 60 Prozent der Umsätze, die in diesem Teilbereich um 36 Prozent über dem Vorjahreswert lagen. Der Handel konnte davon jedoch nur bedingt profitieren. Denn ausgerechnet vom zugleich größten, am stärksten wachsenden und wohl zukunftssträchtesten Seg-



WORK HARD, **PLAY HARDER**

Die Monitore der **96er-Serie** sind die perfekte Hybrid-Lösung für den täglichen Einsatz im Bildungs- und Businessbereich. Die integrierten FreeSync™ Premium- und Black-Tuner-Technologien, sowie 1 ms Reaktionszeit werden auch Gamer überzeugen.



ProLite XUB2496HSU
24" (60 cm), Full HD-Auflösung

ProLite XUB2796HSU
27" (68.6 cm), Full HD-Auflösung

ProLite XUB2796QSU
27" (68.6 cm), WQSU-Auflösung



iiyama

Finden Sie das passende Produkt unter
www.iiyama.com





Quelle: Asus

ment der In-Game- und In-App-Käufe ist er ausgeschlossen. Rund 3,2 Milliarden Euro transferierten die Spieler den Herstellern für zusätzliche Inhalte, Items, Fortschritte und Chancen, satte 44 Prozent mehr als noch im Jahr zuvor. Ein überraschendes Comeback erlebten die von einigen schon totgesagten Abomodelle einzelner Spielwelten wie »Eve Online«, »World of Warcraft« oder »Final Fantasy XIV«. Sie erzielten ein Umsatzwachstum um 44 Prozent auf 163 Millionen Euro.

Noch etwas stärker gewachsen sind die Online-Plattformen samt Abo- und Cloud-Gaming-Services wie EA Play Pro, Nintendo Switch Online, PlayStation Plus, Xbox Game Pass oder Ubisoft+. Der Umsatz kletterte hier um 50 Prozent auf 692 Millionen Euro, dank Guthabenkarten lief immerhin ein kleiner Teil davon auch über den Handel. Der Verkauf der Spiele selbst brachte zwar noch immer fast doppelt so viel Umsatz, 1,1 Milliarden Euro, wies jedoch mit 11 Prozent das schwächste Wachstum im gesamten Feld auf. Zudem steigt der Anteil der Downloads seit Jahren kontinuierlich und macht bereits etwa 60 Prozent des Absatzes und 40 Prozent der Umsätze aus. Dadurch wandert das Geschäft selbst bei der einstigen Cash-Cow zunehmend auf die Plattformen und ins Direktgeschäft ab.

„Grafikkarten werden durch die im Q4 anstehenden großen AAA-Games zusätzlichen Demand erfahren. Auf der Hardwareseite werden HDMI 2.1-Schnittstellen immer wichtiger, da diese nicht nur bei den neuesten Konsolen Standard sind, sondern sich auch stark in TVs und Gaming-Monitoren etablieren.“

Fabian V. Servatius, Director of Account Management der Open Platform Business Group von Asus

Starkes Wachstum über Corona hinaus

Hardware als harte Währung

Deutlich mehr hatten die Reseller dafür vom damit einhergehenden Boom bei Hardware und Zubehör. Denn trotz der geringen Anforderungen im Casual-Gaming-Bereich nutzten viele Deutsche ihre neu oder wieder entdeckte Leidenschaft für digitale Spiele auch dazu, ihre häusliche IT-Infrastruktur kräftig aufzurüsten. Dafür gaben sie laut Game aller wirtschaftlichen Ängste zum Trotz insgesamt gut 3,2 Milliarden Euro aus, 26 Prozent mehr als 2019. Fast ein Drittel davon entfiel auf Komplettsysteme. Wobei der Trend zu hochwertigen Gaming-Notebooks weiter beschleunigt wurde, während der Absatz von günstigen Einsteiger-Systemen und Desktops nur minimal zulegen konnte.

Dafür werden die vorhandenen Tower immer häufiger mit neuen Komponenten wie CPUs, Motherboards, Grafikkarten, RAM und Speichermedien zur potenten Spielmaschine aufgerüstet. Teils war die Nachfrage sogar so groß, dass sie zum Problem wurde. „Eine besonders gesteigerte Nachfrage haben wir in der Produktgruppe Grafikkarten erfahren können: Hier konkurrierte der erhöhte Gaming-Demand mit dem wahnsinnigen Bedarf der Krypto-Miner außerhalb der EU“, berichtet Fabian V. Servatius, Director of

Account Management der Open Platform Business Group von Asus, gegenüber ICT CHANNEL. Auch wenn es zuletzt eine leichte Entspannung gab, gehen die Hersteller davon aus, dass der Bedarf das Angebot bei Grafikkarten noch bis ins nächste Jahr hinein übersteigen wird.

Zusatzgeschäft

Häufig ergeben sich durch den Gaming-Boom zudem lohnenswerte Cross- und Upselling-Gelegenheiten für den Handel. Wenn Kunden etwa ein neues Display für das Homeoffice suchen, sind sie meist bereit, gleich etwas mehr für einen leistungsfähigeren Gaming-Monitor auszugeben. Gleiches gilt analog in anderen Kategorien wie etwa bei Headsets, Mäusen und Tastaturen. Insgesamt legte der Bereich Komponenten, Zubehör und Peripherie dadurch beim Umsatzvolumen um satte 46 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro zu und überholte damit sogar erstmals die Komplettsysteme. Während sich das Wachstum im PC-Markt schon bald wieder normalisieren dürfte, rechnen die Marktforscher hier auch für die nächsten Jahre mit weiteren Absatzsteigerungen. So prognostiziert etwa IDC bei Gaming-Monitoren bis 2025 einen Anstieg der Verkaufszahlen um 64 Prozent. Ähnlich positiv sind die Aussichten für die anderen Zubehör-Bereiche.

Und auch für reine Spielkonsolen gaben die Deutschen 2020 mehr aus als je zuvor: 655 Millionen Euro. Hinzu kamen weitere 275 Millionen Euro für Peripherie wie Gamepads, Lenkräder und VR-Headsets. Beide Bereiche legten damit jeweils um rund ein Viertel zu.

Für den Handel ist die Marschrichtung somit klar. Wer auch in den nächsten Jahren vom Gaming-Boom profitieren will, muss sich vor allem auf die lukrativen Wachstumfelder im Hardware- und Peripheriebereich konzentrieren, während Software parallel zunehmend zum Nebenprodukt wird. ■

Norton[™]360 for Gamers



Leistungsstarker Schutz für PC-Gamer

Verschafft Gamern Erlebnisse mit der notwendigen Sicherheit

Bietet Funktionen, die auf die speziellen Bedürfnisse von Gamern zugeschnitten sind. Hochmoderne, mehrschichtige Sicherheit für bis zu drei PCs oder mobile Geräte zum Schutz vor Malware, DDoS-Angriffen, Doxing, Swatting, Webcam-Übernahmen¹ und mehr. Die Gamer unter Ihren Kunden werden diese Funktionen zu schätzen wissen.



MIT GAME OPTIMIZER FÜR MEHR PERFORMANCE!



- GAME OPTIMIZER²:** Maximiert die Spieleleistung, indem Games auf PCs mit Mehrkernprozessoren eigene CPU-Kerne zugewiesen werden.
- DARK WEB MONITORING³:** Überwacht das Darknet und benachrichtigt den Gamer bei Auffinden seiner persönlichen Daten.
- SECURE VPN:** Lässt Gamer anonym surfen durch Verbergen der IP-Adresse mit einem VPN ohne Logfiles.
- SAFECAM FÜR PC¹:** Informiert über Zugriffsversuche auf die Webcam des Gamers, sodass er sie blockieren kann.
- 50 GB CLOUD-BACKUP FÜR PC^{1,4}:** Schafft Speicherplatz für Games, da Spielclips sicher online gespeichert werden können.
- VOLLBILDERKENNUNG^{1,5}:** Erkennt, wenn der PC im Vollbildmodus ist und schaltet alle Benachrichtigungen außer wichtigen Sicherheitswarnungen stumm.

- OPTIMIERTE BENACHRICHTIGUNG¹:** Benachrichtigt Gamer nur bei Angriffen, Gefährdungen oder wenn eine Funktion nicht genutzt wird.
- BEDROHUNGSSCHUTZ IN ECHTZEIT:** Schützt vor Malware-Bedrohungen wie Phishing-Angriffe per E-Mail und Sicherheitslücken in Games und Websites.
- SCHUTZ VOR CRYPTOJACKING UND TECH-SUPPORT-BETRUG:** Bietet Schutz durch Analyse eingehender Daten und Blockade vor Schadensverursachung.
- VIRENSCHUTZVERSPRECHEN⁶:** Auch für Gamer gilt: Falls Ihr Gerät mit einem Virus infiziert wird, den wir nicht entfernen können, erstatten wir Ihnen das Geld.
- 60 TAGE GELD-ZURÜCK-GARANTIE⁷:** Norton 360 for Gamers umfasst eine 60-tägige Geld-zurück-Garantie für Jahresabonnements.

Gewinnen Sie Gamer-Kunden!

Norton[™] 360 for Gamers ist jetzt erhältlich bei ALSO Deutschland, TechData und Ingram Micro!



Niemand kann Cyberkriminalität oder Identitätsdiebstahl vollständig verhindern. Einige Funktionen sind nicht für alle Plattformen verfügbar.

- Die Funktionen Cloud-Backup, Optimierte Benachrichtigung und SafeCam sind nur unter Windows verfügbar (mit Ausnahme von Windows 10 im S-Modus; Windows auf PCs mit ARM-Prozessoren).
- Game Optimizer ist nur für PCs mit mindestens 4 Prozessorkernen unter Windows verfügbar (mit Ausnahme von Windows 10 im S-Modus; Windows auf PCs mit ARM-Prozessoren).
- Dark Web Monitoring ist nicht in allen Ländern verfügbar. Welche Informationen überwacht werden, hängt vom Wohnsitzland ab. In der Standardeinstellung überwacht die Funktion Ihre E-Mail-Adresse, wobei der Prozess sofort beginnt. Loggen Sie sich bei Ihrem Konto ein, um weitere Informationen zu Überwachungszwecken einzugeben.
- Erfordert, dass Ihr Gerät über einen Internet-/Datentarif verfügt und eingeschaltet ist.
- Die meisten Wammeldungen unter Windows können unterdrückt werden, sofern der Vollbildmodus verwendet wird.

- Es gelten bestimmte Einschränkungen. Sie benötigen ein anspruchsberechtigtes Abonnement mit automatischer Verlängerung. Weitere Einzelheiten finden Sie unter norton.com/virus-protection-promise.
- Es gelten Bedingungen. Informationen zu Kündigung und Rückerstattung finden Sie in unserer Rückerstattungsrichtlinie <https://support.norton.com/sp/de/de/home/current/solutions/kb20100113164023EN>

Copyright © 2021 NortonLifeLock Inc. Alle Rechte vorbehalten. NortonLifeLock, das NortonLifeLock-Logo, das Häkchen-Logo, Norton, LifeLock und das LockMan-Logo sind Marken oder eingetragene Marken von Norton LifeLock Inc. oder seinen verbundenen Unternehmen in den USA und anderen Ländern. Firefox ist eine Marke der Mozilla Foundation. Android, Google Chrome, Google Play und das Google Play-Logo sind Marken von Google, LLC. Mac, iPhone, iPad, Apple und das Apple-Logo sind in den USA und in anderen Ländern eingetragene Marken von Apple, Inc. App Store ist eine Servicemarke von Apple, Inc. Alexa und alle damit verbundenen Logos sind Marken von Amazon.com, Inc. oder seinen verbundenen Unternehmen. Microsoft und das Windows-Logo sind Marken der Microsoft Corporation in den USA und anderen Ländern. Der Android-Roboter wurde aus einem von Google erstellten und freigegebenen Werk wiedergegeben oder modifiziert und wird gemäß den in der Creative Commons 3.0 Attribution-Lizenz beschriebenen Bedingungen verwendet. Andere Bezeichnungen können Marken anderer Rechteinhaber sein.

„Agon by AOC“

AOC launcht Gaming-Dachmarke

AOC verstärkt sein Engagement im boomenden Gaming-Markt. Der Display-Anbieter etabliert „Agon by AOC“ als neue Dachmarke für seine Gaming-Displays und -Zubehörlinien. Als erste Produkte unter dem neuen Brand kommen Curved-Gaming-Monitore der G3-Serie auf den Markt.

Michaela Wurm | Display-Spezialist AOC hat als neue Dachmarke „Agon by AOC“ gelauncht. Unter dem Brand sollen die bestehenden Gaming-Monitore und Zubehör-Line-ups von AOC konsolidiert und das Portfolio für Casual Gamer, Competitive Gamer und ambitionierte eSports-Spieler mit neuen Modellen erweitert werden. Agon by AOC wird alle Gaming-bezogenen Produkte im AOC-Portfolio abdecken – von Gaming-Monitoren über Gaming-Headsets und mechanische Tastaturen bis hin zu Gaming-Mäusen, Mauspads und mehr für alle Gamer in drei Leistungsstufen.

Extra-kurvige Gaming-Monitore

Als erste Modelle unter dem neuen Namen stellt AOC jetzt fünf Monitore der G3-Serie vor, die in Größen von 27 bis 34 Zoll angeboten werden. Die Curved-Displays sollen die beliebte G2-Serie ergänzen, aber nicht ersetzen. Anders als die G2-Displays mit ihrer eher subtilen 1.500R-Krümmung kommen die G3-Modelle mit einer signifikanten 1.000R-Krümmung, die den Gamer zu umfassen scheint.

Alle Modelle der G3-Serie sind mit VA-Panels ausgestattet, die eine Bildwiederholrate von 165 Hz bieten und sich damit von dem bei Gaming-Monitoren üblichen 144-Hz-Standard abheben. Darüber hinaus reduziert die Einstellung „Motion Blur Reduction“ die Pixel-Reaktionszeit auf nur 1 ms (MPRT). Die Monitore sind mit Adaptive-Sync-Unterstützung ausgestattet und liefern flüssige Darstellungen ohne Tearing. Außerdem tragen der Low-Blue-Light-Modus und die Flicker-Free-Technologie dazu bei,

dass die Augen auch bei längeren Sessions nicht so schnell ermüden.

Über die neue „G-Menu“-Software lassen sich die Monitoreinstellungen mit einfachen Mausklicks anpassen, ohne Tasten am Monitor zu berühren. Die VA-Panels sollen satte, leuchtende Farben mit einem außergewöhnlichen Kontrast-



Für Fans von Simulationsspielen oder Racing Games empfiehlt AOC den neuen „AOC CU34G3S“ mit seinem 34 Zoll großen VA-Panel

verhältnis und tiefen Schwarztönen liefern. Dank der weiten Betrachtungswinkel von 178°/178° haben auch weitere Zuschauer einen guten Blick auf den Bildschirm.

Modelle für jedes Budget

Für Fans von Simulationsspielen oder Racing Games empfiehlt AOC den neuen „AOC CU34G3S“ mit seinem 34 Zoll großen VA-Panel und einem Seitenverhältnis von 21:9. Die Schärfe der ultrabreiten WQHD-Auflösung (3.440 x 1.440) in Kombination mit der 1.000R-Krümmung füllt das periphere Sichtfeld des Gamers aus und ermöglicht ein umfassendes immersives Erlebnis. Zwei Fünf-Watt-Lautsprecher erzeugen den passenden Sound dazu. Das Display kann in der Höhe verstellt, geschwenkt und geneigt werden.

Für FPS, Action/RPG oder andere Genres bietet AOC aus der G3-

Serie auch je zwei 31,5-Zoll- und 27-Zoll-Monitore als Full-HD- und QHD-Auflösungsvarianten an. Der 31,5 Zoll große „AOC CQ32G3SU“ und der 27 Zoll große „CQ27G3SU“ kommen beide mit einem 16:9-QHD-Panel (2.560 x 1.440) und lassen sie sich auch in der Höhe verstellen, neigen und schwenken. Das 31,5-Zoll-Modell ist ebenfalls mit zwei Fünf-Watt-Lautsprechern ausgestattet, die 27-Zoll-Version wird mit Drei-Watt-Lautsprechern geliefert.

Vervollständigt wird die G3-Serie durch den 31,5 Zoll großen „C32G3AE“ und das 27-Zoll-Modell „C27G3U“ mit Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080). Abhängig von den Spielen und dem zur Verfügung stehenden Equipment könne durchaus auch Full HD die optimale Wahl sein, erklärt der Hersteller. Denn nicht alle Spiele erfordern die höchstmögliche Auflösung.

Mit einer Bildwiederholrate von 165 Hz, 1 ms MPRT und der Adaptive-Sync-Technologie für flüssige Darstellungen ohne Tearing sind diese Modelle auch die günstigsten der Reihe und schonen das Budget der Gamer. Der größere 31,5-Zoll-Monitor C32G3AE wird mit einem einfachen Standfuß mit Neigungsunterstützung und zwei Fünf-Watt-Lautsprechern geliefert, während sich der ergonomische C27G3U in der Höhe verstellen lässt und mit zwei Drei-Watt-Lautsprechern ausgestattet ist.

Als erste G3-Modelle sind AOC CU34G3S, CQ32G3SU und C32G3AE bereits erhältlich. Die Preise liegen bei 689 Euro, 449 Euro und 359 Euro. Der CQ27G3SU und der C27G3U kommen im September 2021 für 409 Euro, beziehungsweise 329 Euro auf den Markt (jeweils UVP). ■

AOCs Gaming-Universum soll jetzt unter einer Dachmarke positioniert werden



Viel Leistung im
attraktiven und
schlanken 15.6" Design



TERRA MOBILE 1591



- Intel® Core™ i7-1165G7 Prozessor (12M Cache, bis zu 4.70 GHz) oder Intel® Core™ i5-1135G7 Prozessor (8M Cache, bis zu 4.20 GHz)
- Windows 10 Pro
- 16 oder 8 GB RAM
- 1920 x 1080 px Bildschirmauflösung mit IPS Touch Display
- 1 TB oder 512 GB Festplattenspeicher

Das **TERRA MOBILE 1591** mit Touch Display ist ein Premium-Notebook, das überragende Leistung und unübertroffene Reaktionsfähigkeit bietet. Auf Basis der Intel® Core™ Prozessoren der 11. Generation und revolutionärer Intel® Iris® Xe-Grafik ist dieses Laptop die perfekte Wahl für produktives **Arbeiten, Lernen und Spielen**, den ganzen Tag lang.

Artikel-Nr.: 1220719 | 1220718

ab **1329,-***
Preis UVP inkl. gesetzl. MwSt.



Mehr Informationen zum **TERRA MOBILE 1591**
oder der WORTMANN AG finden Sie hier!
www.wortmann.de | www.terracloud.de

WORTMANN AG
IT. MADE IN GERMANY.

* Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Preise in € inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. Es gelten die AGB der Wortmann AG, zu finden unter www.wortmann.de. Solange der Vorrat reicht. Keine Mitnahmegarantie.



Dietmar
Jaxt

Dietmar Jaxt kehrt zu **Kindermann** zurück

mw | Dietmar Jaxt ist seit dem 1. Juli 2021 wieder Mitglied im Vertrieb von Kindermann. Er verstärkt als **Key Account Manager ProAV Südwest** das Team.

2009 bis 2017 war Dietmar Jaxt schon einmal im Vertrieb des AV-Distributors tätig. Im November 2017 wechselte er dann zu einem Unternehmen, das im Bereich interaktiver Displays und der digitalen Ausstattung von Schulen tätig ist. Die hier gesammelten Erfahrungen auf dem Sektor der Digitalisierung des Bildungswesens kann er in seiner neuen Position bei Kindermann einsetzen.

Jaxt ist hier ab sofort für die Betreuung der Händler in Baden-Württemberg und Bayern Nordwest verantwortlich. Er will den Handelspartnern beratend zur Seite zu stehen und sie bei größeren Projekten auch vor Ort unterstützen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir Dietmar Jaxt wieder für uns gewinnen konnten. Unsere Händler in Baden-Württemberg dürften sich darüber genauso freuen, da sie sein Engagement und seine Kompetenz immer zu schätzen wussten“, so Kindermann-Geschäftsführer Timo Meißner. ■

Fujitsu hat einen neuen DACH-Vertriebschef

mw | Seit kurzem ist **Juan Perea Rodríguez Head of Sales Central Europe** bei Fujitsu – zusätzlich zu seiner neuen Funktion als Mitglied der Geschäftsführung der Fujitsu Technology Solutions GmbH. In dieser Position trägt er die Gesamtverantwortung für die Sparten Manufacturing & Automotive, Financial Services, Private und Public Sector.

Zuvor leitete er seit 2017 für den Hersteller den Geschäftsbereich Öffentliche Auftraggeber in Zentraleuropa. Zeitgleich wurde er damals Mitglied der Geschäftsleitung. In dieser Tätigkeit verantwortete der Manager in verschiedenen Funktionen komplexe IT- und Digitalisierungsprojekte. Als sein Nachfolger übernimmt jetzt **Thomas Müller** als neuer **Head of Public Sector** diese Position.



Juan Perea Rodríguez (li.) und Thomas Müller

Juan Perea Rodríguez hat seine komplette bisherige Laufbahn bei Fujitsu absolviert. Seinen ersten Kontakt mit dem damaligen Unternehmen Fujitsu Siemens hatte er 1999 als

Werkstudent im Bereich Öffentliche Auftraggeber. Nach Abschluss des Studiums der Wirtschaftswissenschaften 2004 begann er als Vertriebsassistent bei Fujitsu Siemens. Dabei betreute er den Bereich der Landesbehörden mit Schwerpunkt Innere Sicherheit und Justiz. Dort war Müller bis 2009 in verschiedenen Positionen tätig und übernahm als Account Manager den Bereich Kommunalbehörden in

NRW. 2012 wurde er anschließend Director Sales für den Geschäftsbereich Öffentliche Auftraggeber in NRW sowie den Geschäftsbereich Gesetzliche Krankenversicherungen bundesweit. ■

Thomas Krause wird DACH-Chef bei **Forenova**

sd | Thomas Krause, zuletzt regionaler Vertriebschef bei Bitdefender, wird **Regional Director DACH-NL** beim US-amerikanischen Cybersicherheitspezialisten Forenova. Das Unternehmen bietet mittelständischen Unternehmen Network Detection and Response (NDR) an.

Ab sofort verantwortet Krause den Aufbau des regionalen Vertriebs- und Marketing-Teams, den Ausbau der Partnerlandschaft und die Kundenberatung. Er bringt dreißig Jahre Erfahrung im technischen

Vertrieb in die neue Rolle ein. Vor der Übernahme der Position



Thomas
Krause

Quelle: Bitdefender

als Regional Sales Director DACH. Zu den früheren Stationen gehören außerdem seine achtjährige Tätigkeit bei D-Link, unter anderem als Manager Partner & Enterprise Sales Central Europe für die Geschäftskundenlösungen und über zehn Jahre im Vertrieb bei Siemens, zuletzt als Leiter des Indirekten Vertriebes in Deutschland.

Krause wird ergänzt durch Paul Smit, der ebenfalls zuvor über mehrere Jahre bei Bitdefender arbeitete und als Solutions Architect für die Bereitstellung von „NovaCommand“ bei Kunden verantwortlich ist. ■

Log Point wächst und verstärkt DACH-Team

sd | Trotz der Pandemie wächst der SIEM-Hersteller Log Point kontinuierlich und konnte sein bestehendes Team im Zuge dieser Entwicklung noch einmal verstärken. Die insgesamt fünf neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben **Positionen in Vertrieb, technischem Support und Marketing**. Sie berichten an Pascal Cronauer, Regional Director Central EMEA & BeNeLux, der seit 2016 die Geschäfte in der Region leitet.

Lea Noffz verstärkt den Inside Sales der Region Central EMEA & BeNeLux. Sie bringt bereits Erfahrung als Inside Sales Managerin DACH bei der Wallix mit. Für das Technik-Team kommt Irakli Edjibia von Tech Data, er ist als Sales Engineer tätig. Björn Brauer verstärkt das Sales-Team von Entrust kommend als Territory Account Manager. Djani Kovac kommt als Senior Client Business Manager SAP-Security und war vorher als Client Business Manager CEMEA beim Security-Hersteller Proofpoint tätig. Sarah Klöckner konnte als Marketing Managerin von Brainloop gewonnen werden und kümmert sich um die Planung sämtlicher Marketing-Aktivitäten und Veranstaltungen. ■



Djani Kovac, Senior Client Business Manager SAP-Security; Irakli Edjibia, Sales Engineer; Björn Brauer, Territory Manager; Sarah Klöckner, Marketing Managerin; Lea Noffz, Inside Sales Managerin (v. li. o. nach re. u.)

Spitzentrio leitet Systemhaus Erik Sterck

mw | Die Geschäftsführung von Erik Sterck wird auf mehrere Schultern verteilt: Gründer Erik Sterck leitet die Geschicke des Leonberger IT-Hauses ab sofort gemeinsam geschäftsführend mit Oliver Batz und Ralf Scharly.

Oliver Batz, Mitgründer und Gesellschafter der Erik Sterck GmbH, **wird geschäftsführend die Themen Datacenter & Administration verantworten** und weiterentwickeln. Als Leiter Technik war er seit Gründung des Unternehmens für die gesamte Consultancy-Einheit ver-

antwortlich. Batz war vorher über vierzehn Jahre beim Data-Management-Spezialisten NetApp tätig. Zuletzt verantwortete er dort die PreSales-Abteilung in der Region Baden-Württemberg.

Ralf Scharly ist in seiner neuen Rolle in der Geschäftsführung **für die Bereiche Platforms & Services verantwortlich**. Er soll die weitere Entwicklung des Systemhauses vorantreiben und eigene Produkte und Managed-Services-Angebote entwickeln. Scharly kann auf über 20 Jahre Berufserfahrung in der IT-Branche zurückblicken. Er war in verschiedenen Consultancy- und Sales-Positionen tätig, unter anderem für namhafte, international agierende IT-Hersteller wie EMC, NetApp und Nutanix. Seit Januar 2020 ist er im Management von Erik Sterck und verantwortet den Geschäftsbereich DevOps, der sich mit Technologien in den Bereichen Cloud, Kubernetes/Containerisierung und Automatisierung befasst. Unter seiner Führung hat das Leonberger Unternehmen im Frühjahr 2021 mit der Container-Lösung FramES das erste eigene Produkt gelauncht. ■



Oliver Batz

Ralf Scharly

Neue Führung bei Schneider Electric im Bereich Secure Power

sn | Vincent Barro ist neuer **VP Secure Power DACH** bei Schneider Electric und löst Michel Arres ab, der die Funktion des VP IT Channel & Alliances International übernimmt. „Ich bedanke mich bei Michel Arres für sein jahrzehntelanges Engagement, um die Schaffung einer einmaligen Erfolgskultur voranzutreiben, die bereits viele erfolgreiche Geschäftsmodelle hervorgebracht hat“, so Barro. „Ich habe großes Vertrauen in unser Team, unsere vielen starken Partner im DACH-Raum sowie in unsere Kundenbasis. Ich freue mich auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit neuen Wachstumschancen und Innovationen.“

Barro ist seit über zehn Jahren für Schneider Electric tätig und hatte verschiedene Führungsposi-



Vincent Barro

sitionen im Vertrieb und Business Development inne. Zudem war er verantwortlicher Leiter auf Landesebene in UK, Irland und Frankreich. Vor seiner Ernennung zum Vice President DACH war Barro vier Jahre lang als Vice President Secure Power Division Switzerland & Datacenter Business DACH tätig.

Seine neue Funktion hat Barro bereits Anfang Juli übernommen. Wichtig sei ihm bei dieser neuen Aufgabe eine starke Kunden- und Marktorientierung als Teil einer stetigen Weiterentwicklung von Ideen und Schlüsselkonzepten, so der Manager. ■

Vorbereitung auf Fusion zum Megadistributor

Neue Deutschland-Chefin bei Tech Data

Tech Data und Synnex stecken tief in Fusionsplänen. Das eröffnet für viele auch Karrierepfade. Für Barbara Koch, ihren Chef Michael Dressen und auch für altgediente Distributionsmanager bei Tech Data.

Martin Fryba | Es ist eine steile Karriere, die Barbara Koch bei Tech Data (TD) in Deutschland hinlegt und die sie – vorerst – an die **Spitze von Tech Data Deutschland** führt. Michael Dressen bleibt ihr Chef. Doch möglicherweise wird Dressen bei TD in den USA schon als Kandidat für größere Aufgaben gehandelt. Die Fusion von TD und Synnex ist eine Mammutaufgabe, für die man erfahrene Top-Manager wie Dressen braucht, um aus den vielen Organisationen beider Distributoren schlagkräftige Einheiten zusammenzustellen und zu führen. Dass Synnex in Europa bislang nicht präsent ist, sehr wohl aber in den USA und Asien mit Tech Data im Wettbewerb steht, dürfte viele personelle Entscheidungen auch bis nach Europa nach sich ziehen. Dressen ist Senior Vice President & Regional Managing Director DACH und sitzt im Europa-Management von Tech Data.

Derweil wird Koch mehr Verantwortung übernehmen. Neben dem gesamten Deutschland-Geschäft mit den Sparten Endpoint Solutions, Datech Solutions, Maverick AV Sol-



2018 wurde die jetzt an der Deutschland-Spitze bei Tech Data stehende Barbara Koch von ICT CHANNEL-Lesern zur Managerin des Jahres gewählt

tions und die GCC (Global Computing Components), für die sie den Vertrieb und das Marketing verantwortet, bleibt Koch an der DACH-Spitze des Spezialistenbereichs Advanced Solutions. Die Position hatte die Informatikerin 2018 besetzt.

Michael Görner, Urgestein und seit 1995 bei der noch unter Workstation 2000 agierenden TD-Tochter, später BU-Leiter für IBM und Dell, wird als Vice President die Advanced Solutions in Deutschland leiten.

Geschäftsmodelle im Wandel

Koch war nach neun Jahren IBM, einem strategischen Herstellerpartner des Broadliners, 2014 als Managing Director zu Azlan gewechselt, dem VAD-Arm von Tech Data. Wie schwer sich sogar manche Technologiegiganten mit der Digitalen Transformation ihres Geschäfts tun, hat Koch an ihrem ehemaligen Arbeitgeber Big Blue längst studieren können. Nun wird sie weiter am internen Umbau von Tech Data arbeiten: Prozesse und Abläufe noch mehr digitalisieren und vor allem solche Lösungen noch stärker im Portfolio des Broadliners verankern, die das Geschäft der Reseller und somit auch deren Geschäftsmodell nachhaltig verändern werden. Immer mehr SaaS- und Cloud-Modelle, tendenziell weniger Projektgeschäft und somit weniger Produktverkauf braucht viel Kompetenz auf beiden Seiten: bei Tech Data und seinem Channel.

Ob sich Koch künftig mit Tech Data am Telefon melden wird oder mit Synnex, ist eine der vielen Fragen dieser Megafusion. In München in der Kistlerhofstraße sollen das die Tech Data-Mitarbeiter noch sehr gespannt sehen, wie man hört. Genaues weiß man nicht – auch nicht Barbara Koch, wie sich die Fusion von Tech Data und Synnex im Detail auswirken wird. ■

Marion Winkler wechselt zu Fujitsu

Rückkehr zu den Wurzeln

Von der Software wieder zurück zum Infrastruktur-Business: Fujitsu setzt in DACH auf eine erfahrene Channel-Managerin. Für die strategische Betreuung von Systemhäusern und Datacentern bringe Marion Winkler das „optimale Rüstzeug“ mit.

Martin Fryba | Die klassischen On-Premise-Produkte seien „auch bei uns die Cash Cow, die das Cloud-Business finanziert“, sagte Marion Winkler 2017 im ICT CHANNEL-Interview. Da war sie noch Deutschland-Chefin beim ERP-Hersteller Exact Software und hatte gleiches bei Lexware feststellen können. Vier Jahre später wird die nun als **Head of Partnermanagement in DACH** zu Fujitsu gewechselte Managerin wieder davon überzeugen, dass dieser Satz erst

recht für einen Produkthersteller gilt. Auch Fujitsu bietet Partnern freilich Cloud-Lösungen für Infrastruktur an, Geld verdient wird aber hauptsächlich mit Produkten und produktnahen Services. Das werden Winkler vor allem die Infinity- und Select Circle-Partner in DACH berichten, mit denen sie das Gespräch suchen wird. Zudem wird sie gemeinsam mit ausgewählten Datacenter-Partnern ausloten, wie sie noch enger strategisch mit Fujitsu zusammenarbeiten können.

Seit 20 Jahren ist die Managerin im Channel-Business unterwegs, davon die

Hälfte beim Storage-Hersteller Kingston, bevor sie 2010 in die Softwarebranche wechselte. Storage, Server, Clients und natürlich auch Cloud werden sie bei Fujitsu wieder beschäftigen. „Marion arbeitete in ihren vorherigen Positionen sehr partnerorientiert und bringt das optimale Rüstzeug mit, um gemeinsam mit unseren strategisch wichtigen Partnern das Business vorwärts zu treiben“, stellt Santosh Wadwa, Head of Product Channel Sales Central Europe, seine neue Mitarbeiterin im Newsletter vor. ■



Marion Winkler, seit August Head of Fujitsu-Partnermanagement in DACH

E-Commerce

IT-Security wird unterschätzt

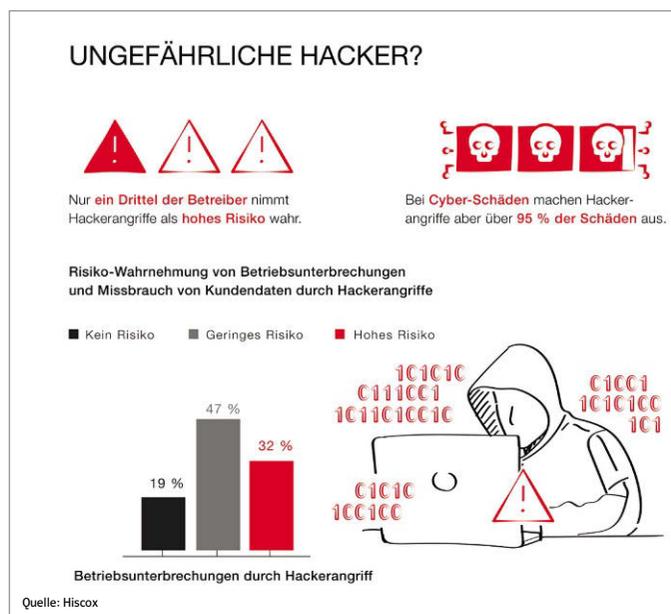
Die Mehrheit der Onlineshops in Deutschland schätzt Risiken durch mögliche Cyberangriffe laut einer Hiscox-Umfrage zu gering ein. IT-Sicherheitsmaßnahmen seien demnach vielerorts noch nicht ausreichend implementiert. Ein fataler Fehler, denn die Bedrohungslage hat insbesondere durch die Pandemie und den steigenden Online-Konsum zugenommen.

Selina Doulah | Die Mehrheit der Onlineshop-Betreiber in Deutschland sieht eher ein geringes Risiko von Haftpflicht- und Cyber-Schäden für das eigene Geschäftsmodell – ein Trugschluss, wie der Vergleich mit den Zahlen aus der Hiscox-Schadenstatistik zeigt. Denn vor allem Haftpflicht-Risiken machen in der Realität einen Großteil aller Schäden aus. Und auch die Zahl der Cyber-Schäden nimmt drastisch zu. Und eine Umfrage des Spezialversicherers unter Onlineshop-Betreibern zeigt, dass entsprechende Cyber-Sicherheitsmaßnahmen in den Unternehmen dennoch mehrheitlich nicht implementiert wurden.

Kleine Unternehmen fühlen sich zu sicher

Lediglich ein Drittel (32 Prozent) der Betreiber nimmt Cyber-Risiken wie Betriebsunterbrechungen oder Missbrauch von Kundendaten durch Hackerangriffe als hohes Risiko für den eigenen Onlineshop wahr. Besonders sicher wähen sich kleine Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern: Betriebsunterbrechungen durch Hackerangriffe sehen nur 19 Prozent als hohes Risiko, Missbrauch von Kundendaten 22 Prozent. Eine Absicherung von Cyber-Schäden über eine Onlineshop-Police fordern jedoch etwa zwei Drittel (64 Prozent) aller Befragten.

„Das geringe Risikobewusstsein für Cyber-Gefahren bei Onlineshop-Betreibern sehen wir mit Sorge. Zwar machen Cyber-Schäden in unseren Statistiken am Gesamtschaden bislang nur 13



Onlineshop-Betreiber erkennen die Cybergefahr kaum

Prozent aus, doch die Tendenz steigt sichtbar und wird mit Blick auf die Digitalisierung des Handels weiter zunehmen“, ordnet Peter Pillath, Underwriting Manager Commercial Property bei Hiscox, die Umfrageergebnisse ein. „Ganze 95 Prozent der Schäden in diesem Bereich entstehen schon heute durch Hackerangriffe, die zum großen Teil sehr teuer werden können. Kommt es bei Onlineshops zu einem Cyber-Schaden, sind die Durchschnittskosten hier im Vergleich zu anderen gewerblichen Risiken am höchsten“, erklärt Peter Pillath weiter.

Die unzureichende Auseinandersetzung mit Cyber-Gefahren für den eigenen Onlineshop zeige sich laut Hiscox dann wiederum auch in den vielerorts unzureichenden Sicherheitsmaßnahmen. So verfügen 44 Prozent der Befragten über keine automatischen

Sicherheits-Updates und 45 Prozent nutzen keine Firewalls. Ein abgestuftes Rechtekonzept für IT-Verantwortliche fehlt bei 56 Prozent der befragten Unternehmen. Und auch die kontinuierliche Offline-Datensicherung oder Cloud-Back-Up-Lösungen sind bei 55 Prozent der Onlineshops nicht vorhanden. „Unserer Erfahrung nach sinken die Wahrscheinlichkeiten von IT- oder Cyber-Schäden und vor allem die Kosten im Schadenfall allein durch die Implementierung von Standard-Tools wie einer Firewall oder regelmäßiger Datensicherung enorm. Vor allem kleinere Shops beschäftigen sich leider erst zu spät mit einer solchen Absicherung“, erklärt Pillath. Die Notwendigkeit der IT-Sicherheitsmaßnahmen unterstrich bereits der kürzlich veröffentlichte Cyber Readiness Report von Hiscox, in dem 41 Prozent der befragten deutschen Einzelhändler angaben, bereits mindestens einmal von Hackern angegriffen worden zu sein.

Aufklärungs- und Nachholbedarf

Es braucht für kleine Unternehmen daher Aufklärung, um etwaige Versäumnisse nachzuholen. Denn besonders kleine Firmen mit wenigen Mitarbeitenden sind nach einem Hacker-Angriff möglicherweise in ihrer Existenz bedroht. Denn die Kombination aus Betriebsunterbrechungen, Reputationsschäden und womöglich einer Lösegeldforderung kann einen kleinen Onlineshop teuer zu stehen kommen. ■

40 Prozent der befragten Onlineshops haben keine Firewall-Strukturen

Lancom erweitert KMU-Firewall-Portfolio

Neues Rackmount-Modell UF-360

Lancom erweitert sein Angebot an Rackmount-Firewalls mit einer Komplettlösung für kleine und mittlere Unternehmen.

Selina Doulah | Lancom hat das neue Rackmount-Firewall-Modell „UF-360“ vorgestellt. Durch das Hardware-Design sowie erweiterten Software-Funktionen erreichte die All-in-One-Box einen Performance-Sprung gegenüber dem Vorgängermodell UF-300. Darüber hinaus verspricht der Hersteller eine Verdoppelung der Speicherkapazität, neue Modul-Erweiterungsslots sowie zwei 10 GBit/s SFP+-Schnittstellen.

Die Firewall ist für mittlere bis große Büro- und Schulumgebungen geeignet, abhängig vom jeweiligen Datenaufkommen. Der zunehmenden Verschlüsselung des Datenverkehrs begegne die UF-360 laut Lancom mit leistungsstarker SSL Inspection, Schutz vor Advanced Persistent Threat (APT)-



Die „R&S Unified Firewall UF-360“ soll als Komplettlösung Cyber-Security-Technologien wie Unified Threat Management (UTM) mit Sandboxing und maschinellem Lernen vereinen

Grafische Benutzeroberfläche und Cloud-Management

Cyberangriffen biete wiederum die „R&S-Pace-2 Deep Packet Inspection Engine“. Sie soll eine präzise Klassifizierung von Netzwerkverkehr, Protokollen und Anwendungen sowie den Schutz vor Datenlecks und Datenverlust erlauben – auch auf Layer-7-Ebene. Zur Abwehr von Malware und Viren sowie von Zero-Day-Exploits werden verdächtige Dateien in einer abgeschirmten Sandbox mit Hilfe von Machine Learning analysiert. Der genutzte Cloud-Dienst wird in Deutschland gehostet.

Eine intuitive grafische Benutzeroberfläche bietet laut Lancom Transparenz für alle gesicherten Bereiche im Unternehmen und soll die Umsetzung unternehmensweiter Sicherheits- und Compliance-Vorgaben vereinfachen. Höchste Ausfallsicherheit werde durch einen HA-Verbund (High Availability) mit redundanter Hardware ermöglicht. Zudem lässt sich die UF-360 über einen Pairing-Prozess mit der Lancom Management Cloud (LMC) verbinden. Das soll wiederum ein übersichtliches Monitoring inklusive Alarmierung über den Gerätezustand sowie die Fernkonfiguration über die Cloud ermöglichen.

Für den Betrieb der Firewall sowie Software-Updates ist mindestens eine „Basic License“ erforderlich. Die „Full Licence“ schaltet alle UTM-Funktionen frei. Die Lizenzen gibt es mit Laufzeiten von einem, drei oder fünf Jahren. ■

Neuankündigungen von PNY

Neue Gaming-Speichermodule

PNY kündigt drei neue Speichermodule an, die ganz an den hohen Anforderungen von Gamern ausgerichtet sein sollen.

Selina Doulah | PNY hat neue Speicherprodukte speziell für Gamer im Portfolio. Für die „XLR8-Gaming-Epic-X RGB DDR4“-Speichermodule in den Versionen 4200MHz, 4400MHz und 4600MHz verspricht der Hersteller eine hohe Lebensdauer und extreme Übertaktungsleistungen. Zudem sind sie vollständig mit den neuen Plattformen von Intel und AMD kompatibel. Der integrierte Aluminium-Kühlkörper sorgt laut dem Anbieter für eine optimale Wärmeableitung, selbst



XLR8 Gaming Notebook 3200MHz von PNY

bei hoher Belastung der Speichermodule. Sie bieten darüber hinaus LED-Beleuchtung und verfügen über eine mattierte Linse. Die Module sind laut PNY mit allen gängigen Mainboard-Marken kompatibel und können mit Asus „Aura Sync“, „Gigabyte RGB Fusion 2.0“, „MSI Mystic Light Sync“ und „ASRock Polychrome Sync1“ synchronisiert werden.

Das XLR8 Gaming Epic-X RGB DDR4-Speichermodul mit 3600MHz soll ebenfalls den heutigen Ansprüchen an Overclocking gerecht werden, – sei es für die Arbeit, Content Erstellung oder fürs Gaming –, verspricht PNY. Das XLR8 Gaming Notebook 3200MHz-Speichermodul bietet

laut dem Hersteller wiederum Geschwindigkeit und Leistung, um auch Notebooks für die RAM-Anforderungen von anspruchsvollen Games zu rüsten. Es sei laut dem Hersteller das passende Upgrade für leistungsorientierte Gamer sowie PC-Amateure, die ihr System auf Top-Niveau halten wollen. Die Speichererweiterung soll ein schnelleres Browsen ermöglichen und für niedrigere Latenzen sorgen. Hinzu kommen demnach schnellere Reaktionszeiten und eine bessere Bildqualität, insbesondere bei Online-Spielen.

Die neuen Speichermodule sind laut dem Hersteller bereits über die eigenen Vertriebskanäle erhältlich. ■

„Huawei MateStation S“

Huawei steigt ins Desktop-Geschäft ein

Nach seinen Notebooks und den Monitoren komplettiert Huawei sein Produktportfolio in Deutschland mit einem stationären PC. Der „Huawei MateStation S“ ist für Büro- oder Heimarbeitsplatz gedacht.

Michaela Wurm | Huawei präsentiert mit dem „Huawei MateStation S“ erstmals einen kompakten Desktop-PC für den deutschen Markt. Der chinesische Hersteller komplettiert damit sein Portfolio aus Notebooks und den in diesem Jahr eingeführten Monitoren um Desktop-PCs für den Büro- oder Heimarbeitsplatz.

Der Huawei MateStation S steckt in einem schlanken, nicht einmal zehn Zentimeter breiten Gehäuse und wiegt 4,2 Kilo. Die schrägen Öffnungen sorgen für eine optimale Kühlung, denn die Luftstromkanäle leiten die Abwärme direkt an die Lüftungsöffnungen ab. Dadurch soll der kompakte PC auch bei Höchstleistung nahezu geräuschlos laufen, verspricht der Hersteller.



Quelle: Huawei

Im Inneren arbeitet ein „AMD Ryzen 5 4600G“-Prozessor mit integrierter Radeon-Grafikeinheit, der in Kombination mit 8 Gigabyte DDR4-Speicher für ausreichend Leistung sorgen soll. Außerdem hat Huawei eine 256 Gigabyte große SSD integriert.

Das System verfügt außerdem über eine integrierte 2x2-MIMO-Wi-Fi-Konnektivität für Internet und Bluetooth 5.0 für die kabellose Anbindung von Peripheriegeräten. Der USB-C-Port auf der Vorderseite eignet sich unter

„Huawei MateStation S“ ist nur knapp zehn Zentimeter breit

Schlankes Gehäuse und schlanke Tastatur im Metall-design

anderem zum schnellen Aufladen des Smartphones. An der Rückseite sind weitere Anschlüsse für diverse Peripheriegeräte vorgesehen.

Passend dazu bietet Huawei die kabelgebundene Ultra-Slim-Tastatur im schlanken Metall-design an. Die Scherentasten sollen mit einem Tastenhub von 2,5 Millimeter ein besonders angenehmes Tipperlebnis bieten. In der Ein-/Aus-Taste ist ein Fingerabdrucksensor integriert, mit dem sich der PC sicher entsperren lässt.

„Huawei Share“

Dank integriertem „Huawei Share“ kann zudem ein Huawei-Smartphone mit dem MateStation S verschmolzen werden. Mittels Multi-Screen-Collaboration lassen sich dann gleichzeitig bis zu drei App-Fenster auch auf dem Desktop nutzen.

Der neue Huawei MateStation S ist ab sofort zu einer UVP von 599 Euro erhältlich. ■

Sophos stellt um

EDR-Kunden werden automatisch zu XDR-Kunden

Der Security-Hersteller Sophos rüstet die Lösungen seiner Kunden auf, ohne dass diese dafür zahlen müssen. Auch MTR-Kunden profitierten automatisch von diesem neuen Angebot.

Selina Doulah | Sophos hat seine Endpoint Detection and Response-Lösung „Intercept X with EDR“ und seine Extended Detection and Response-Lösung „XDR“ in einer Lösung zusammengefasst. Kunden, die Sophos Security-Lösungen mit EDR im Einsatz haben, werden derzeit automatisch, über einen kostenlosen Service auf die umfangreichere XDR-Technologie

umgestellt. Zudem wurde die Datenhistorie im Sophos Data Lake von sieben auf 30 Tage erhöht. Kunden, die bereits Endpoint- oder Server-EDR nutzen, sollen nun von zusätzlichen Erkennungs- und Reaktionsfunktionen profitieren können.

Schneller und einfacher reagieren

Die neuen Funktionen der XDR-Lösung ermöglichen es Kunden laut dem Anbieter, historische und verdächtige Ereignisse zu untersuchen, selbst wenn ein Rechner offline ist. IT-Teams und Be-

Update und Funktionserweiterung sind kostenfrei

drohungs-Analysten können somit die Zeit für die Erkennung reduzieren, indem sie das Gesamtbild aller Aktivitäten in ihrer Umgebung sehen und untersuchen können, verspricht Sophos. „Verwaltende Partner profitieren von dem Wechsel aufgrund der besseren Identifizierung von Problemen im Netzwerk bis auf Anwendungsebene und die transparente Geräteverwaltung“, erklärt dazu Sven Jansen, Director Channel Sales DACH bei Sophos.

Laut dem Security-Anbieter sollen Managed Threat Response-Kunden ebenfalls automatisch von dem Angebot profitieren. ■

KONTAKTBÖRSE

Ihr Ansprechpartner für Ihre Kontaktbox:
Eric Weis Tel. 089 25556-1390
E-Mail: eweis@weka-fachmedien.de

Unsere ICT EVENTS 2021

23.9. – digital solution day Cyber Security (ICT CHANNEL)

21.10. – digital solution day Digital Workplace (funkschau)



Ihr Premiueintrag im ICT CHANNEL Anbieterkompass auf ict-channel.com!

Unser neues Angebot

Mit der Buchung eines Premium-Eintrags finden Sie Ihre Kunden noch besser finden! Nutzen Sie die vielfältigen Möglichkeiten auf ict-channel.com: vom umfassenden Firmenprofil inklusive Bildern und Videos bis zur Präsentation von aktuellen Firmenveranstaltungen und Messeauftritten.

Das exklusive Rankingsystem sichert Premiumkunden außerdem einen der vorderen Plätze bei der Produktsuche.

Direktkontakt:
ICT CHANNEL • WEKA FACHMEDIEN
Eric Weis, Tel. +49 89 25556-1390
eweis@weka-fachmedien.de

Buchen Sie hier Ihre Kontaktbox!

Unser neues Angebot

Ihre gewerbliche Kleinanzeige in ICT CHANNEL! Sie suchen Vertriebspartner, möchten auf Ihre Produkte aufmerksam machen oder auf Ihr Leistungsspektrum hinweisen?

Sie erreichen mit ICT CHANNEL zuverlässig Ihre Zielgruppe im ITK-Channel.

Ihre Kommunikation - Ihre Vorteile:

- Glaubwürdiges Umfeld
- Hohe Reichweite
- Großer Nutzwert für Ihre Zielgruppen

Inserieren Sie in ICT CHANNEL und sichern Sie sich Rabatte für Wiederholungsanzeigen in der ICT CHANNEL Kontaktbörse!

Anzeigenschluss: 14 Tage vor Erscheinungstermin

Direktkontakt:
ICT CHANNEL • WEKA FACHMEDIEN
Eric Weis, Tel. +49 89 25556-1390
eweis@weka-fachmedien.de

Ihre Stellenanzeige in ICT CHANNEL!

Warum woanders suchen?

Unsere Leser sind Ihre IT-Experten!

Inserieren Sie in ICT CHANNEL und sichern Sie sich Rabatte für Wiederholungsanzeigen in der ICT CHANNEL Kontaktbörse!

Anzeigenschluss: 14 Tage vor Erscheinungstermin

Direktkontakt:
ICT CHANNEL • WEKA FACHMEDIEN
Eric Weis, Tel. +49 89 25556-1390
eweis@weka-fachmedien.de

Immer an Ihr Microsoft Office denken - na sicher!



Office Home & Business 2019

Mit Office Home & Business 2019 können Sie die brandneuen Versionen der bewährten Office-Anwendungen Word, Excel, PowerPoint und Outlook auf einem PC, Mac oder Laptop installieren und diese sowohl geschäftlich als auch privat nutzen.

Es ist die beste Lösung für Kleinunternehmen, die noch nicht bereit für die Cloud sind und es bevorzugen Ihre Software vor Ort zur Verfügung zu haben.

Microsoft 365 Business Standard

Als cloudbasierter Abonnementdienst vereint Microsoft 365 die besten Lösungen für die moderne Arbeitswelt. Speichern, synchronisieren und teilen Sie Ihre Dateien online, damit diese immer auf dem neuesten Stand sind.

So können Sie gemeinsam mit Kollegen in Echtzeit an Dokumenten arbeiten. Ob im Büro oder unterwegs - die leistungsfähigen Office-Anwendungen sind immer aktuell.

Microsoft 365 Apps for Business

Die beste Lösung um Ihr Unternehmen durchstarten und wachsen zu lassen.



www.api.de · Sales-Hotline: 0241-9170-5000

api Computerhandels GmbH · Robert-Koch-Straße 7-17 · 52499 Baesweiler · info@api.de

Aachen: 0241-9170-5101 · Bamberg: 0241-9170-6581 · Braunschweig: 0531-86669-500

Frechen: 0241-9170-5501 · Marl: 02365-50902-0 · München: 089-3565830-21

Neuwied: 02631-97845-12 · Nürnberg: 0911-252274-0 · Paderborn: 05251-8927858

Pohlheim: 06404-6975-600 · Simmerath: 0241-9170-6852

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt. Es gelten die AGB und Garantiebedingungen der api Computerhandels GmbH. Irrtümer, Druckfehler, Preisänderungen vorbehalten. Alle genannten Produkte sind eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

api π

KONTAKTBÖRSE

ISR International Services & Repair GmbH

Die Elan IT Services GmbH ist spezialisiert auf professionellen Reparaturservice u.a. auch auf Komponentenlevel (z.B. Boardreparatur) für LCD, TFT-Industriemonitore, DVD, Diagnostic Equipment, Desktop, Notebook, Drucker, Scanner, Multifunktionsgeräte und Fotoentwicklungsgeräte.

Neben der Reparaturtätigkeit stellen wir Funktionalitäten wie No Fault Found Test, RMA, Refurbishment, Scrap (qualifizierte und zertifizierte Entsorgung mit lückenloser Dokumentation), ganzheitliches Ersatzteil-Management im Sinne von VMI (Vendor Managed Inventory) und Warehousing zur Verfügung.

Somit bieten wir Unternehmen in ganz EMEA bei der Durchführung von IT-Services-, Reparatur-, Roll Out- und Projektdienstleistungen eine leistungsstarke, zielorientierte, vollumfängliche und seit vielen Jahren geschätzte Unterstützung an.

Wenn Sie Interesse an einer Partnerschaft haben, dann setzen Sie sich mit uns in Verbindung.

Ihr Ansprechpartner:

Ralph Lambrecht

ISR International Services & Repair GmbH

Lise-Meitner-Straße 1

63128 Dietzenbach

Tel. 06074 8428-10

rlambrecht@isr-services-repair.com

www.isr-services-repair.com

amexus Informationstechnik GmbH & Co. KG

Intranet auf Basis von SharePoint in 30 min!

Mit unseren Erfahrungen aus über 300 erfolgreichen SharePointprojekten ist mit PortalPoint eine vollständige Intranetlösung entstanden, die direkt auf der Microsoft SharePoint-Plattform einsetzbar ist. PortalPoint beinhaltet über 20 unterschiedliche Module und Lösungen, die im Intranet direkt nutzbare Funktionen für die Mitarbeiter zur Verfügung stellen.

Neben klassischen Intranetfunktionen wie z.B. News, Kantinenplan und Telefonlisten sind auch vollständige Lösungen wie ein einfach zu bedienendes Vertragsmanagement oder ein Projektmanagement enthalten.

Wir suchen Vertriebspartner, die Interesse haben PortalPoint bei Kunden zu vermarkten, zu installieren und zu erweitern. PortalPoint ist schnell zu installieren, bietet aber ein erhebliches Dienstleistungspotenzial bei der Anpassung und Erweiterung der mitgelieferten Webparts.

Unseren Vertriebspartnern bieten wir interessante Margen und Unterstützung im Vertrieb, bei der Installation, beim Support und der Konfiguration. Eine kostenfreie Online-Testmöglichkeit ist vorhanden.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf und fordern Sie Ihren Onlinetest an.

Ihr Ansprechpartner:

Herr Stefan Nacke

Von-Braun-Straße 34

48683 Ahaus

Tel. 02561 93030

sharepoint@amexus.com

www.amexus.com

OPUS Business Solutions GmbH

Für die Projektmanagement-Software KLUSA sucht OPUS Partner.

KLUSA ist eine webbasierte Multi-projektmanagement-Lösung für mittlere bis große Unternehmen. Das System unterstützt die Planung, Steuerung und Bewertung komplexer Projektstrukturen. KLUSA enthält alle

Werkzeuge, um Einzelprojekte zu planen, das Projektportfolio zu priorisieren und dem Management alle Informationen über die Projektperformance bereit zu stellen. Unternehmensweites Ressourcenmanagement und umfassendes Kostenmanagement sind die Stärken von KLUSA.

KLUSA ist modular aufgebaut und kann in vorhandene ERP-Umgebungen integriert werden. Die Lösung kann als Software as a Service betrieben oder direkt beim Kunden installiert werden. Der User greift einfach per Browser auf die Lösung zu. Weitgehende Konfigurationsmöglichkeiten erlauben die kundenspezifische Anpassung.

Wir freuen uns auf Partner, die Erfahrung mit Projektmanagement-Software oder Projektmanagement-Beratung haben. Wir bieten Ihnen gute Margen auf erzielte Umsatzerlöse. Zudem können Sie, entsprechende Erfahrung vorausgesetzt, die gesamte Beratung und Einführung der Lösung selbst durchführen.

Die Menschen hinter KLUSA sind immer für Sie da: erfahrene Berater, Trainer, Entwickler und der Support arbeiten für Sie, um KLUSA schnell und reibungslos bei Ihren Kunden einzuführen und im Betrieb zu unterstützen.

KLUSA wird von vielen tausend Anwendern in großen Unternehmen täglich eingesetzt. Gerne erläutern wir Ihnen, wie auch Ihre Kunden die Projektperformance steigern können.

Ihr Ansprechpartner:

Carsten Schmidt

OPUS Business Solutions GmbH

Landsberger Straße 290

80687 München

Tel. 089 45229-124

carsten.schmidt@opus-gmbh.com

www.klusa.de

GO FOR GOLD mit DocuWare

Vertriebspartner gesucht

Sie sind ein VAR, Systemhaus, Dienstleister, IT-Spezialist oder Integrator, der den Zukunftsmarkt „Enterprise Content Management (ECM)“ und „Workflow Automation“ bedienen möchte? Dann sind Sie bei uns goldrichtig.

DocuWare arbeitet im deutschsprachigen Markt mit knapp 300 Partnern zusammen und bietet ihnen ein lukratives Geschäftsmodell, umfangreiche Unterstützung und erstklassige Werkzeuge. Dazu gehören

- ein bewährter Turn-Key-Business-Plan,
- schnell & einfach umsetzbare Vertriebsprozesse,
- die persönliche Unterstützung durch einen regionalen DocuWare Vertriebsmitarbeiter (Regional Sales Director),
- umfassende Schulungsprogramme sowie
- eine breite Palette an Marketing-Tools und Events.

Profitieren Sie von unserem Bekanntheitsgrad und einem exzellenten Preis-Leistungs-Verhältnis. Die bewährten Lösungen sind einfach zu installieren, intuitiv zu bedienen und basieren auf zukunftssicheren Technologien. Als Partner vergolden Sie damit Ihre Kompetenz und profitieren durch unser lukratives Partnerprogramm unter anderem von attraktiven Cross-Selling-Möglichkeiten.

Heben Sie sich von Ihrem Wettbewerb ab und erreichen Sie hohe Margen!

Kontaktieren Sie uns jetzt.

Ihr Ansprechpartnerin:

Barbara Fendt

DocuWare GmbH

Planeggerstraße 1

82110 Germering

Tel. 089 894433-113

barbara.fendt@docuware.com

www.docuware.com/gold



TAROX SYSTEME
www.tarox.de



TAROX BUSINESS PCS

Das perfekte Desktop-System für den produktiven Arbeitsalltag



Jeder Herausforderung
gewachsen – jederzeit.

Bahnbrechende Intel® Core™ Prozessoren der 11. Generation
in den neuesten Systemen für Ihr Unternehmen.



Abb. ähnlich

TAROX BUSINESS 7000ZM-R

- Windows 10 Pro
- **Intel® Core™ i7-11700 Prozessor**
- Intel® UHD Graphics 750 (DP/HDMI/VGA)
- 16GB RAM & 500GB NVMe PCIe 4.0 SSD
- inkl. TAROX Tastatur & Maus
- 36 Monate Garantie (Bring-In)

Art.Nr. 2106014
Preis: 819,- €

TAROX BUSINESS 7000ZM-R

- Windows 10 Pro
- **Intel® Core™ i7-11700F Prozessor**
- ASUS GT710 (HDMI/DVI-D/VGA)
- 16GB RAM & 500GB NVMe PCIe 4.0 SSD
- inkl. TAROX Tastatur & Maus
- 36 Monate Garantie (Bring-In)

Art.Nr. 1480806
Preis: 879,- €



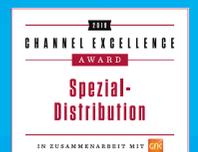
dexxIT

Sortiment, das überzeugt!

www.dexxit.de

Bestellung und Beratung
unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg.
Preis Stand 29.07.2021. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.
Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



Arbeitsspeicher für Gaming-Enthusiasten



Ballistix MAX 16GB Kit DDR4 CL18 8GBx2 4000 DIMM 288pin black RGB

- Rekordverdächtigster Die von Micron XMP 2.0
- Mit Intel und AMD kompatibel
- 16 RGB LEDs

HEK 176,90 €

BESTELL-NR. 523476
(BLM2K8G40C18U4BL)



Für ruckelfreie Gaming-Action

SAMSUNG

Samsung C32G75TQSU Odyssey Gaming

- Helligkeit: 350 cd/m²
- Reaktionszeit: 1 ms
- HDR600 für unglaubliche Farbdetails

HEK 495,82 €

BESTELL-NR. 570859
(LC32G75TQSUXEN)



PC-Gehäuse für besonders leise Konfigurationen

be quiet!

be quiet PC Gehäuse

- Geräuschreduzierende Einlässe: Exzellente Luftströmung bei minimaler Geräuschentwicklung
- Zwei vorinstallierte Pure Wings 2 140 mm Lüfter
- 3-Stufen-Lüftersteuerung kontrolliert bis zu 3 Lüfter

HEK 107,22 €

BESTELL-NR. 421514
(BGW26)



Klang – Design – Komfort

RAZER

Razer Kraken Green Headset

- 50 mm Treiber
- Ohrpolster sind mit Kältegel gefüllt
- 1,3 m langes Kabel

HEK 58,55 €

BESTELL-NR. 555627
(RZ04-02830200-R3M1)



Optische Geschwindigkeit, mechanisches Gefühl



Roccat Vulcan Pro TKL Gaming-Tastatur

- ROCCAT Titan Switch Optical
- Lebensdauer von 100 Millionen Tastenanschlägen
- -Kompaktes TKL-Format

HEK 127,98 €

BESTELL-NR. 594400
(ROC-12-570)



Gaming Maus mit RGB-Beleuchtung



AULA Reaper Gaming Mouse

- Anschluss: USB 2.0
- 6 DPI-Stufen
- 12 programmierbaren Tasten

HEK 27,14 €

BESTELL-NR. 564034
(278487)



dexxIT

Distribution
OHNE
Umwege

SCHUTZ, PRIVATSPHÄRE UND PERFORMANCE AUF PERFEKTE WEISE VEREINT

Schließen Sie sich unseren Vertriebspartnern, die für ein ganz neues Maß an Online-Sicherheit sorgen, an.

Wir liefern mit unserem Produktangebot nicht nur den besten, branchenführenden Schutz, Privatsphäre und eine bessere PC-Leistung, sondern haben außerdem das beste Support-Programm für Vertriebspartner in der Branche.

Wenden Sie sich für weitere Informationen per E-Mail an unser deutsches Vertriebsteam:
sales_de@bullguard.com





Partner of the Year 2020



Erfolg ist keine Selbstverständlichkeit!

„PARTNER OF THE YEAR 2020“ in den Produktbereichen HDD und SSD – diese beiden Auszeichnungen wurden der ECOM Trading GmbH von **Western Digital** für die jeweils beste Umsatz-Entwicklung und als umsatzstärkster Partner verliehen.

Ganz herzlich bedanken wir uns an dieser Stelle auch bei unseren Kunden und Geschäftspartnern, ohne deren Engagement und professioneller Zusammenarbeit solche Auszeichnungen nicht möglich wären.

Wir freuen uns auf weitere gemeinsame Erfolge!

Produkte von **Western Digital** oder auch anderen namhaften Herstellern finden Interessenten auch in unserem Online-Shop unter www.ecom-trading.de/shop



www.ecom-trading.de | SALES-HOTLINE 08544/97400-0

ECOM Electronic Components Trading GmbH | Siemensstraße 9 | 85221 Dachau

HEADQUARTERS 08131/5695-0 | VERTRIEB CENTRAL EUROPE 08544/97400-0

E-Mail vertrieb@ecom-trading.net



reddot winner 2021



MAGNUS ONE

THE ULTRA COMPACT GAMING PC

POWER INSPIRED

MAGNUS ONE bietet die ultimative Leistung in einem völlig neuen und kompakten Design. Es ist der erste Mini-PC, der die Vorteile der ZOTAC GAMING GeForce RTX™ 30 Grafikkarten für High-Fidelity Raytracing-Grafiken und modernste KI-Funktionen mit DLSS nutzt. MAGNUS ONE bietet die Möglichkeit, das beste Erlebnis für tägliche Aufgaben, Spiele, Unterhaltung, Content Creations und Business zu liefern. Alles in einem unglaublich leistungsstarken, vielseitigen Mini-PC.

8.3
LITERS

Kleiner und schneller als eine Konsole

8K
READY

Bis zu 8K Videostream

EASY
UPGRADE

Einfacher Zugriff auf die Hardware

UP TO 3
SSDs

Bis zu 3 SSDs + Intel Optane Support

UP TO 64GB

Unterstützt bis zu 64GB DDR4

80+
PLATINUM

500W 80+ Platinum Netzteil

WÄHLE DEINEN MAGNUS ONE



ECM73070C Barebone

Intel® Core™ i7-10700 8-Core Prozessor
ZOTAC GAMING GeForce RTX™ 3070 8GB

ECM53060C Barebone

Intel® Core™ i5-10400 6-Core Prozessor
ZOTAC GAMING GeForce RTX™ 3060 12GB

WEITERE SPEZIFIKATIONEN

Bis zu 64GB DDR4-SODIMM Arbeitsspeicher
2x M.2 PCIe x4 SSD Slot (1x Intel Optane Support)
1x 2.5" SATA 6.0 Gbps HDD/SSD Bay
1x HDMI 2.1, 3x DisplayPort 1.4a (Grafikkarte)
1x HDMI 1.4 (Mainbord)
4x USB 3.1 GEN2, 4x USB 3.0 (1x Type-C)





HDR 400



Pivot-Funktion

LC-M27-4K-UHD-144

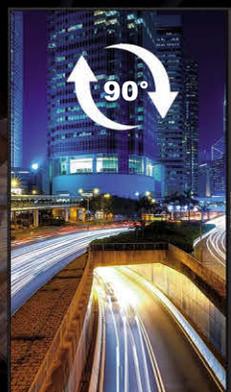
Sehen Sie **ULTRA**scharf dank LC-Power!

Erleben Sie das ultimative Gaming-Feeling mit unserem neuen **4K Ultra HD-Monitor!**

Durch die 4K UHD-Bildschirmauflösung von 3840 x 2160 Pixeln liefert der Monitor unglaublich realistische Spielwelten. Das hochwertige **IPS-Panel** bietet ein besonders großes Farbvolumen, welches auch bei sehr hellen Bildern satte Farben liefert und durch **HDR 400** noch verstärkt werden kann.

Sie wollen Dokumente im Hochformat lesen? Dann drehen Sie den Monitor dank der **Pivot-Funktion** einfach um 90°!

Weitere Features unseres 27"-Monitors sind u.a. eine Bildschirmaktualisierungsrate von **144 Hz** für eine sehr flüssige Darstellung, **Adaptive Sync** für einen reibungslosen Spieleablauf, **Picture-by-Picture (PbP)**, **Picture-in-Picture (PiP)**, ein **höhenverstellbarer Standfuß** sowie ein **USB-C-PD-Port**.



I M P R E S S U M

CHEFREDAKTION

Stefan Adelmann (sta), Tel. 089 25556-1352, sadelmann@weka-fachmedien.de
verantwortlich für den redaktionellen Teil

SENIOR EDITOR / STELLVERTRETENDER CHEFREDAKTEUR

Martin Fryba (mf), Tel. 089 25556-1559, mfryba@weka-fachmedien.de

CHEFIN VOM DIENST

Andrea Fellmeth (af) -1520, afellmeth@weka-fachmedien.de

REDAKTION

Lars Bube (lb) -1502 (Leitender Redakteur), lbube@weka-fachmedien.de
Dr. Michaela Wurm (mw) -1561 (Chefredakteurin), wurm@weka-fachmedien.de
Selina Doulah (sd) -1589, sdoulah@weka-fachmedien.de
Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Sabine Narloch (sn) -1355, snarloch@weka-fachmedien.de

REDAKTIONSASSISTENZ

Natascha Schönemann -1511, nschoenemann@weka-fachmedien.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt
die Meinung der Redaktion wider.

MANUSKRIPTEINSENDUNGEN

Eingesandte Manuskripte müssen frei sein von Rechten Dritter. Sollten sie auch
an anderer Stelle zur Veröffentlichung oder gewerblichen Nutzung angeboten
werden, so muss das angegeben sein. Für unverlangt eingesandte
Manuskripte, Hardware und Software wird keine Haftung übernommen.

SALES DIRECTOR

Eric Weis -1390, eweis@weka-fachmedien.de

ACCOUNT MANAGER

Gina Gießmann -1576, ggiessmann@weka-fachmedien.de
Sofie Steuer -1452, ssteuer@weka-fachmedien.de
Nicole Wawrzinek -1087, nwawrzinek@weka-fachmedien.de

ACCOUNT EXECUTIVE

Christina Gottwald -1351, cgottwald@wekanet.de

ANZEIGENDISPOSITION

DISPO.ICT-CHANNEL@wekanet.de

ANZEIGENPREISE

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 27 vom Januar 2021

LEITUNG VERTRIEB

Marc Schneider -1509, mschneider@weka-fachmedien.de

LEITUNG HERSTELLUNG

Marion Stephan -1442

LAYOUT | GRAFIK | PREPRESS

JournalMedia GmbH, Richard-Reitzner-Allee 4, 85540 Haar

DRUCK

L. N. Schaffrath, Marktweg 42-50, 47608 Geldern

URHEBERRECHT

Alle in ICT CHANNEL erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Alle Rechte (Übersetzungen, Zweitverwertungen) vorbehalten. Reproduktionen,
gleich welcher Art, sowie elektronische Auswertungen, nur mit schriftlicher
Genehmigung des Verlages. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden,
dass die verwendeten Bezeichnungen frei von gewerblichen Schutzrechten sind.

HAFTUNG

Für den Fall, dass in ICT CHANNEL unzutreffende Informationen oder Fehler
enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit
des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht.

SONDERDRUCKDIENST

Anfragen an Melanie Griesbach -1440, WEKA FACHMEDIEN GmbH

GESCHÄFTSFÜHRER

Kurt Skupin, Matthäus Hose

BESTELL- UND ABONNEMENT-SERVICE

WEKA FACHMEDIEN GmbH
c/o Zenit Pressevertrieb GmbH, Postfach 810640,
70523 Stuttgart, Tel. 0711 7252-210, Fax 0711 7252-333
E-Mail: abo@weka-fachmedien.de

ERSCHEINUNGSWEISE

25 Ausgaben

ABONNEMENTPREISE

Jahresabonnement Print Inland 160,00 €, davon 98,75 € Heft, 61,25 € Versand
Jahresabonnement Print Ausland 181,25 €, davon 98,75 € Heft, 82,50 € Versand
inkl. der aktuellen MwSt.

Einzelausgabe Print 6,50 €
inkl. der aktuellen MwSt., zzgl. 3,00 € Versandkosten

Jahresbezug digitales E-Paper
(Inland/Ausland) 49,99 €
inkl. der aktuellen MwSt., ohne Versandkosten

Einzelausgabe digitales E-Paper
(Inland/Ausland) 2,99 €
inkl. der aktuellen MwSt. ohne Versandkosten

shop.weka-fachmedien.de

ISSN 2701-9004



SO ERREICHEN SIE DIE REDAKTION

Tel. 089 25556-1511, Fax 089 25556-1597, E-Mail: info@ict-channel.com

WEKA FACHMEDIEN GmbH

Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar b. München
Tel. 089 25556-1511, Fax 089 25556-1597



I N S E R E N T E N

- 2 Fujitsu Technology Solutions GmbH
www.ts.fujitsu.com
- 21 iiyama Deutschland GmbH
www.iiyama.de
- 11 Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH
www.kyoceradocumentsolutions.de
- 23 Norton Life Lock
www.nortongroup.ie
- 43 WEKA FACHMEDIEN GmbH
www.ict-channel.com
- 44 Western Digital Deutschland GmbH
www.wdc.com
- 25 WORTMANN AG
www.wortmann.de

Reseller-Markt

- 33 api Computerhandels GmbH
- 38 BullGuard Deutschland GmbH
- 36/37 dextIT GmbH & Co. KG
- 34 DocuWare GmbH
- 39 ECOM Electronic Components Trading GmbH
- 41 Silent Power Electronics GmbH
- 35 TAROX AG
- 40 ZOTAC Europe GmbH

R E D A K T I O N E L L E R W Ä H N T E F I R M E N

AOC.....	24	Log Point.....	26
Apple.....	7	Microsoft.....	1, 7, 8, 20
Asus.....	20	Mimecast.....	18
Bytec.....	13	msg.....	14
Cancom.....	6	Neohelden.....	14
Cloudblue.....	1, 16	PNY.....	31
Digital Guardian.....	18	Samsung.....	7
Erick Sterck.....	27	Schneider Electric.....	27
Exclusive Networks.....	10	Server Eye.....	13
Forenova.....	26	Sony.....	6, 20
Fujitsu.....	1, 26, 28	Sophos.....	31
Huawei.....	31	Tech Data.....	28
Infineon.....	6	Ubisoft.....	20
Ingram Micro.....	16	Veritas.....	16
Kindermann.....	26	Xiaomi.....	7
Lancom.....	30		

KOSTENFREIE
TEILNAHME

Datacenter
Symposium

23. SEPTEMBER 2021
H4 HOTEL MÜNCHEN
MESSE

Das Datacenter Symposium findet am 23. September 2021 wieder als Präsenz-event in München statt. Die Themen sind hochaktuell, denn besonders in der derzeitigen Situation haben sich **Datacenter** nicht nur als **Herz der Unternehmensprozesse**, sondern auch als unverzichtbare **Basis der Digitalisierung** beweisen müssen. Zum Beispiel mit der Verlagerung von Office-Arbeitsplätzen aus der Firma heraus kommen viele neue Herausforderungen hinzu. Mehr denn je sind zum Beispiel **Agilität** und **Flexibilität** gefragt, vielfach im Zusammenspiel mit Cloud-Lösungen. Die Standardfragen nach einem effizienten Einsatz von Kühlung/Klimatisierung und Strom haben dabei allerdings nichts von ihrem Stellenwert eingebüßt, legen vielmehr im Zeichen der Dekarbonisierung der Energieversorgung in ihrer Bedeutung noch einmal zu.

Zu den Highlights des DCS in München zählen unter anderem:

- Eine Keynote zur „Optimierung des Energieaufwandes im RZ durch intelligente IT-Infrastrukturen“,
- mehrere Vorträge zur Technikentwicklungen bei der RZ-Kühlung und Stromversorgung,
- die Diskussion des „Low Carbon“-Rechenzentrums“
- ein „Praxis-Ratgeber für Infrastruktur-Beschaffung und RZ-Betrieb“

Eine Veranstaltung von:

LANline
IT • Network • Datacenter



Weitere Infos, Agenda und Anmeldung finden Sie unter
www.datacenter-symposium.de

Sponsoren der LANline Datacenter Symposium München

Stand: 26.07.2021

AIRSYS

**BACH
MANN**
We power your life.

BENDER
The Power in Electrical Safety™

DC INTELLIGENCE
www.dc-intelligence.com



HUAWEI

RITTAL

sachskabel

Starline
A brand of **legrand**

STULZ
CLIMATE. CUSTOMIZED.

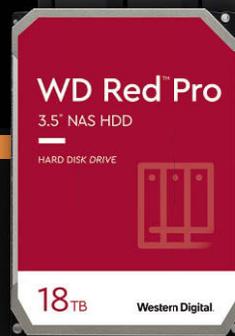
tde
trans data elektronik GmbH

VERTIV

Western Digital®

Better Together NAS-Leistung

Hohe Kapazität
+ schnelle SSD-Cache
= die Leistung von **Red**



IDEAL FÜR:

Homeoffices
und kleine Büros

Kleinere bis
mittlere Betriebe

Große Betriebe und
intensive Workloads

SSD-Cache für häufig
genutzte Daten

WD Red™ 3,5" NAS HDDs

- SMR Technologie
- Workload 180 TB/Jahr
- Übertragungsraten bis zu 180 MB/s
- Für NAS-Systeme mit 1 bis 8 Laufwerkschächten
- 5.400 U/min
- Kapazitäten: 2 bis 6 TB

WD Red™ Plus 2,5" und 3,5" NAS HDDs

- CMR Technologie
- Workload 180 TB/Jahr
- Übertragungsraten bis zu 215 MB/s
- Für NAS-Systeme mit 1 bis 8 Laufwerkschächten
- 5.400 U/min – 7.200 U/min
- Kapazitäten: 1 bis 14 TB

WD Red™ Pro 3,5" NAS HDDs

- CMR Technologie
- Workload 300 TB/Jahr
- Übertragungsraten bis zu 272 MB/s
- Für NAS-Systeme mit bis zu 24 Laufwerkschächten
- 7.200 U/min
- Kapazitäten: 2 bis 18 TB

WD Red™ SA500 2,5" und M.2 SATA SSDs

- Western Digital® 3D NAND
- Hohe Lebensdauer für zuverlässigen Dauerbetrieb
- Übertragungsraten bis zu 560 MB/s
- Geringere Latenz und höhere Leistungsfähigkeit
- Kapazitäten: 500 GB bis 4 TB

westerndigital.de

©2021 Western Digital Corporation und Tochterunternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

Western Digital, das Western Digital Logo und WD Red sind eingetragene Marken oder Marken der Western Digital Corporation oder ihrer Tochterunternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Die gezeigten Bilder können vom tatsächlichen Produkt abweichen. Die genannten Produktspezifikationen können jederzeit geändert werden und stellen keinerlei Garantie dar.



IHRE SPEICHERLÖSUNG INDIVIDUELL UND FLEXIBEL



Lösungen für das gesamte Spektrum

Von leistungsstarken HDDs mit hoher Kapazität bis hin zu effizienten und schnellen SATA oder NVMe™ SSDs bieten WD Color Drives Ihnen ein zweckbestimmtes Produkt, das perfekt für Ihr Projekt, Ihren Beruf oder Ihre Leidenschaft ist.

WD GREEN™



COMPUTING

WD BLUE™



CONTENT-ERSTELLUNG

WD_BLACK™



GAMING

WD RED™



NAS

WD PURPLE™



SMART-VIDEO

WD GOLD™



RECHENZENTRUM

Erfahren Sie mehr unter:

WWW.COLORYOURDRIVE.COM

Western Digital.