

CHANNEL GUIDE

MSP PROGRAMME



Ein Team – Ein Ziel



*Bildquelle: Marvel Comics, Comicbuch-Verlag, Marvel Avengers, Age of Ultron

Die acmeo Helden des Alltags für Ihren Erfolg!

Mit acmeo setzen Sie auf den Distributor, der das entscheidende **MEHR** an Leistung, Service und Leidenschaft bietet. Unsere Spezialisten werden zu Ihren Helden – jeden Tag!

MEHR Service von Beginn an

- » Business Set-up
- » Vertragsvorlagen
- » Kalkulatoren

MEHR technischer Support

- » Consulting
- » Scripting
- » Schnittstellenentwicklung

MEHR Praxiswissen

- » Seminare und Workshops für Vertrieb, Technik und Führungskräfte

Mit Halbwissen zum Erfolg: Managed Service Provider auf dünnem Eis



Michael Hase, Chefreporter
IT-BUSINESS

Ist Halbwissen nun gesund oder gefährlich? Es kommt darauf an! Bei Entwicklungen, die irrationalen Einflüssen unterliegen und selbst für Fachleute nicht vollständig zu erklären sind, wie etwa Börsenkursen treffen Laien intuitiv oft bessere Entscheidungen als Profis. Wenn es um das Management komplexer IT-Infrastrukturen geht, sieht die Sache allerdings anders aus. Wer würde sich dabei nicht auf das Wissen und die Erfahrung eines Experten verlassen?

Bei Managed Services stellt sich die Situation jedoch so dar, dass die Mehrzahl der Provider in Europa nur Halbwissen besitzt. Das hat eine Studie von Solarwinds ergeben. Demnach schätzt fast die Hälfte der Dienstleister, die als MSP agieren, ihre Fähigkeiten als ausbaufähig ein. Zehn Prozent der europäischen Provider besitzen nicht mal Basiswissen oder können ihre Kompetenz nicht beurteilen. Nur 41 Prozent sehen sich als Experten an. Immerhin erzielen die befragten Unternehmen im Durchschnitt fast ein Viertel ihres Umsatzes mit Managed Services.

Reicht doch aus, könnte man einwenden. Stutzig macht indes eine andere Zahl aus der Studie: Die Provider verlieren im Schnitt vier Kunden pro Monat – fast so viele, wie sie dazugewinnen. Die Vermutung ist nicht weit hergeholt, dass die geringe Kundenbindung mit fehlenden Skills zu tun hat. Wer nicht in der Lage ist, sein Leistungsversprechen gegenüber den Kunden zu halten, der hat sie schnell wieder verloren!

Ich wünsche Ihnen
eine aufschlussreiche Lektüre!



michael.hase@it-business.de

IT-BUSINESS

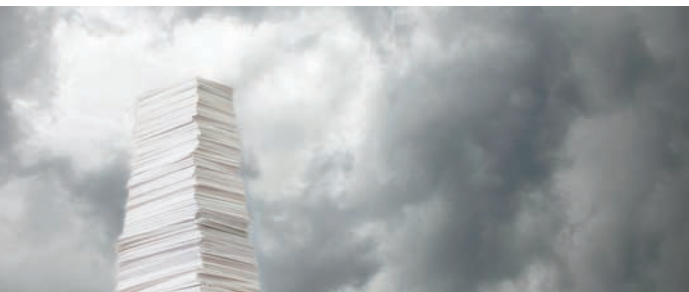
CHANNEL GUIDE

MSP Programme

Das Dienstleistungsmodell für die Digital-Ära

Managed Services treffen angesichts steigender Komplexität der ITK-Systeme und zunehmender Cyber-Bedrohungen den Bedarf vieler Kunden. Im europäischen ITK-Channel trägt das Dienstleistungsmodell inzwischen fast ein Viertel zu den Umsätzen bei.

6



Cloud trifft Papier

MPS-Anbieter und Druckerhersteller nutzen die Cloud als Verwaltungsplattform.

20



Managed Public Cloud Provider

MPCP sind so etwas wie Reisebegleiter bei der Digitalen Transformation.

22



Sprachverwirrung ade

Managed Communication Services beflügeln die Kommunikation in Unternehmen.

26

Ein stark wachsendes Segment

6

Die Nachfrage nach Managed Services wächst drei Mal so schnell wie der IT-Dienstleistungsmarkt insgesamt. Im Channel ist man sich dieser Entwicklung bewusst.

Dienstleistung à la Computacenter

12

Das Systemhaus sieht eine wesentliche Anforderung bei Managed Services darin, Standardisierung und individuelle Kundenanforderungen auszubalancieren.

Vor der Marktsättigung

14

Der Umsatz mit Cloud-Diensten wächst. Entsprechend nimmt der Wettbewerb am Markt zu.

Preisdruck bei Managed Services

16

Die Preise für Managed Services sinken. Bieten sie damit noch einen Vorteil hinsichtlich der Profitabilität?

Managed Print Services 2.0

20

Die Verwaltungsschicht von Managed Print Services wird zum Cloud-Dienst mit mehr Analysemöglichkeiten.

Workload-Helden im Hintergrund

22

Die Cloud wird erwachsen, und die Akteure im Markt spezialisieren sich. Eine wichtige Rolle beim Betrieb hybrider Infrastrukturen spielen MPCP.

Mit UCaaS zum Digital Workplace

26

Mit Managed Communication Services legen Unternehmen in der modernen Arbeitswelt die Basis für mehr Flexibilität, Mobilität und Produktivität.

Device as a Service kommt in Fahrt

30

Mit DaaS-Angeboten werden Flexibilität und Bezahlmodelle von Cloud-Angeboten auf das Geschäft mit Clients und Servern übertragen.

MFP wird MSP-Plattform

32

Multifunktionsgeräte beanspruchen einen Quadratmeter Platz mit guter Netzanbindung. Das hat Potenzial.

Impressum

34

CIRCUIT VON UNIFY

Die bessere Art, zu arbeiten.

Modernes, geräteunabhängiges Social Collaboration Tool.

Circuit und OpenScape Business bilden ein perfektes Team.

circuit
by unify

HIGHLIGHTS

- › Erweiterte Konnektor Leistungsmerkmale vereinen leistungsstarke Enterprise Telefonie mit Circuit Team Collaboration
- › Einheitlicher Client für Telefonie und mobile Anwendungen
- › Bereits getätigter Invest in OpenScape Business kann mit Mehrwerten/Services aus der Cloud optimal ergänzt werden



KOMSA Cloud Services
Mehr erfahren Sie unter:
www.komsa.cloud

Ihr Ansprechpartner:
KOMSA
Kommunikation Sachsen AG
Tel.: 03722 713-6021
unify@komsa.com



Als MSPs betreiben Systemhäuser klar definierte Teilbereiche der IT ihrer Kunden – beispielsweise die Desktop-Landschaft.

BILD: KENTOH - STOCK.ADOBE.COM

Das Dienstleistungsmodell für das digitale Zeitalter

Managed Services treffen angesichts steigender Komplexität der ITK-Systeme den Bedarf vieler Kunden. Im europäischen ITK-Channel trägt das Dienstleistungsmodell inzwischen fast ein Viertel zu den Umsätzen bei.

Die Digitale Transformation von Unternehmen läuft darauf hinaus, dass sich Geschäftsprozesse und Technologien enger miteinander verzahnen. Herkömmliche Infrastrukturen werden dazu modernisiert, um sie flexibler zu gestalten, neue Bereitstellungsmodelle werden eingeführt. Ferner verändern sich die Verfahren, wie Anwendungen entwickelt und in Betrieb genommen werden. Nicht zuletzt entstehen neue Modelle der Zusammenarbeit, bei denen digitale Kommunikationsmittel zum Einsatz kommen. Auf der anderen Seite steigen durch die zunehmende Vernetzung von Menschen und Dingen die Sicherheitsrisiken an, auf die Unternehmen mit intelligenten Security-Konzepten reagieren müssen. Durch die Digitalisierung wandelt sich somit nicht nur die Rolle der IT-Organisationen, sondern auch die Art und Weise, wie sie mit Dienstleistern zusammenarbeiten. Angesichts wachsender Anforderungen und der an sie gestellten Erwartung, bei der Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle mitzuwirken, neigen IT-Verantwortliche dazu, mehr Aufgaben dauerhaft auszulagern. Der Mangel an Fachkräften fördert diesen Trend. Mit steigender Tendenz übertragen Unternehmen daher Aufgaben beim Betrieb der Infrastruktur, beim Schutz der IT-Systeme, aber auch beim Management von Cloud-Szenarien an Service Provider.

Diese Entwicklung spiegelt sich in den Marktzahlen wider. So erhöhten sich die Umsätze mit Managed Services im vergangenen Jahr weltweit um 14,6 Prozent auf 185,1 Milliarden Dollar. Die Zahlen gehen aus der Studie „Trends in Managed Services 2018“ hervor, die der Software-Anbieter Solarwinds gemeinsam mit dem Analystenhaus The IIIT Group im Januar dieses Jahres vorgelegt hat. Für 2019 und 2020 prognostizieren die beiden Unternehmen einen Anstieg der globalen Managed-Services-Erlöse auf 208,3 Milliarden beziehungsweise auf 231,6 Milliarden Dollar. Die Zahlen entsprechen jährlichen Zuwächsen von mehr als elf Prozent. Der gesamte Markt für IT-Services wird den Analysten von IDC zufolge in diesem Jahr dagegen nur um 3,9 Prozent wachsen, und zwar auf 1.048,7 Milliarden Dollar.

Anders als Professional Services wie etwa Beratung, Systemintegration oder die Implementierung von Anwendungen, die meist einmalig auf Projektbasis erbracht werden,



Martin Hörhammer,
Vorstand bei Medialine

Durch Managed Services sind Dienstleistungen einerseits planbarer geworden und einfacher zu standardisieren. Andererseits fordern proaktive Leistungen ein Umdenken der Mitarbeiter, die diese Services erbringen, hin zu einem stärker vernetzten Denken und der Notwendigkeit, Abhängigkeiten zu erkennen. Für das Systemhaus eröffnen sich Wachstumschancen, die im reinen Projektgeschäft nur schwer zu erreichen sind. Mit der Übernahme betriebskritischer Services steigt aber auch die Verantwortung.

handelt es sich bei Managed Services um wiederkehrende Leistungen, die IT-Dienstleister über einen gewissen Zeitraum für ihre Kunden erbringen. Art, Umfang und Qualität dieser Leistungen werden vorab in Form von Service Level Agreements (SLAs) zwischen beiden Parteien vereinbart. Damit übernehmen MSPs die Betriebsverantwortung für klar definierte Teilbereiche der IT ihrer Kunden. Üblicherweise werden Managed Services auf zeitlicher Basis, zum Beispiel monatlich, zu pauschalen Gebühren abgerechnet.

Im Leistungsspektrum von Systemhäusern spielen Managed Services heute eine signifikante Rolle. Laut der Solarwinds-Erhebung tragen sie bei Value Added Resellern (VARs) in Europa durchschnittlich 18 Prozent zum Umsatz bei. Über alle Arten von Channel-Partnern betrachtet, zu denen die Autoren der Studie auch IT-Beratungshäuser, MSPs und



Anton Braun, Geschäfts-
führer bei Bizteam

Managed Services haben die Art und Weise, wie wir Kunden ansprechen, Services verkaufen und erbringen, komplett umgekrempelt. Die Planung erfordert noch mehr Skills als bisher. Dagegen werden bei hohem Standardisierungs- und Automatisierungsgrad weniger Fachkräfte in der Erbringung benötigt. Managed Services führen so zu einem wachsenden Pro-Kopf-Ertrag. Zudem schätzen Kunden eine hohe Leistungstransparenz und überdurchschnittliche Qualität durch standardisierte Services.



BILD: MICHAEL HASE

Oliver Kügow, Geschäftsführer bei Proact

Managed Services haben bei uns nicht nur zum Anstieg des Dienstleistungsumsatzes geführt. Wir stellen auch fest, dass Kunden verstärkt Strategieberatung bei uns beziehen. Zudem tragen Service-Transition-Projekte zu steigenden Umsätzen bei. Aufgrund von Skaleneffekten, Self-Service, Automatisierung und Spezialisierung sind Managed Services profitabler als klassische Professional Services – und das meist bei einer besser wahrgenommenen Leistung, die zu einer höheren Zufriedenheit beim Kunden führt.



BILD: MICHAEL HASE

Tilmann Teut, Vertriebsleiter bei MCS Teut

Eine Veränderung, die sich durch die Umstellung auf Managed Services bei uns ergeben hat, bestand darin, dass die Techniker intern nicht mehr ständig im „Eskalationsmodus“ für unsere Kunden arbeiten mussten. Die Kunden wiederum lernten unsere proaktive Beratung und die regelmäßige Betreuung zu schätzen. Das führte zu einer tiefen Vertrauensbasis, und wir konnten pro Kunde die Leistungen und Erträge deutlich erhöhen. Die Umstellungsphase war hart, aber ich würde sie jederzeit wieder angehen.

Systemintegratoren zählen, machen Managed Services einen Anteil von 24 Prozent der Erlöse aus. Bei Unternehmen, die sich in erster Linie als MSP verstehen, liegt dieser Anteil bei 38 Prozent. Auch für die Zukunft rechnen die Marktforscher damit, dass die Umsätze aus dem Dienstleistungsmodell stärker wachsen werden als Einnahmen aus anderen Geschäftsfeldern wie Hardware- und Software-Verkauf sowie Professional Services. Somit tragen Managed Services tendenziell zu einer Steigerung der Profitabilität im Channel bei. Denn mit einer durchschnittlichen Gewinnmarge von 22,5 Prozent sind sie deutlich profitabler als beispielsweise der Hardware-Verkauf, der in der Regel nur einstellige Margen abwirft.

In puncto Profitabilität offenbart die Erhebung eine starke Abweichung zwischen den verschiedenen Partnertypen. So erzielen Systemhäuser mit Managed Services im Schnitt eine

Marge von elf Prozent, während Beratungshäuser damit auf 28 Prozent und MSPs sogar auf 38 Prozent kommen. Offenbar zahlt sich Fokussierung bei diesem Dienstleistungsmodell aus. Denn durch den hohen Standardisierungsgrad der Services entstehen Skaleneffekte, wenn die Anzahl der Kunden steigt, sodass mit dem Volumen des Geschäfts auch die Rentabilität wächst. Zudem dürften fokussierte MSPs stärker in die Automatisierung ihrer Service-Prozesse investieren als traditionelle Systemhäuser, wodurch sich der Personalaufwand reduziert und im Gegenzug die Marge erhöht. Allerdings finden sich in der Studie keine Angaben dazu, welche Bezugsgrößen die Analysten verwenden, um die Profitabilität der Dienstleister zu ermitteln.

Bei den Leistungen, die als Managed Service erbracht werden, liegen Endpoint Management und Network Management im europäischen Channel an der Spitze. Die beiden Disziplinen gehören laut der Solarwinds-Studie bei 76 beziehungsweise 72 Prozent der Befragten zum Portfolio. Immerhin sieben von zehn Dienstleistern bieten nach eigenen Angaben die komplette Bandbreite an Services an. Im Ranking folgen Server Management (62%), Backup & Disaster Recovery (59%) und Managed Security (46%).

Nach der Motivation befragt, antworten 84 Prozent der Studienteilnehmer, dass sie Managed Services anbieten, weil sie damit wiederkehrende Einnahmen erzielen. Der Vorzug des Modells liegt auf der Hand: Je größer deren Anteil am Umsatz, desto genauer lässt sich der künftige Geschäftsverlauf prognostizieren. Etwa ein Drittel der Befragten gibt an, dass sie mit ihrem Portfolio an Managed Services auf aktuelle Kundenbedürfnisse reagieren, dass sie damit ihre Kundenbasis verteidigen beziehungsweise dass sie darauf abzielen, neues Geschäftspotenzial zu erschließen. Immerhin 62 Prozent der Dienstleister planen, ihr Service-Angebot in diesem Jahr auszubauen. Bei weiteren 24 Prozent bleibt es konstant.

Noch verbessern müssen sich Unternehmen im europäischen Channel, was ihre Kompetenz als MSP angeht. Nahezu die Hälfte (49%) besitzt demnach nur grundlegende Fertigkeiten, die noch ausbaufähig sind. Für Experten in puncto Managed Services halten sich 41 Pro-

HYPER INTEGRATION!

LANCOM MANAGEMENT CLOUD

> Automatisiert > Software-definiert > Hyper-integriert

SICHER. VERNETZT.



Für jeden
Bedarf die
**passende
Cloud!**

Public Cloud

Für alle Installationsgrößen, mit sicherem Server-Hosting in Deutschland

Nutzen Sie die zentral und sicher in Deutschland gehostete Public Cloud, die maximale Skalierbarkeit und Datensicherheit für alle Installationsgrößen bietet.

Private Cloud

Für Systemhäuser, Service Provider und große Enterprise-Installationen

Hosten Sie das System auf der LMC Private Appliance, die ideale Lösung, wenn unternehmerische Sicherheitsstandards den Betrieb einer privaten Cloud verlangen.

Erfahren Sie mehr zu unseren Software-defined Lösungen (SD-WAN, SD-LAN, SD-WLAN, SD-SECURITY) und lassen Sie sich von Hyper Integration für Ihr Netzwerk begeistern – alles aus einer Hand.

www.lancom.de/cloud

LANCOM
Systems



BILD: CANCOM

**Werner Schwarz, Vice President
Corporate Strategy bei Cancom**

Support & Managed Services bilden einen integralen Bestandteil unseres Portfolios, den wir kontinuierlich erweitern. Unsere Kunden schätzen die Verknüpfung von Managed Services mit klassischen Vor-Ort-Leistungen wie Consulting und Integration. Als Hybrid-IT-Integrator und Service Provider liefern wir ein ganzheitliches Lösungsangebot von On-Premises-, Hosted- und Cloud-basierten Managed Services. Durch diese Flexibilität erhöhen wir die Kundenzufriedenheit und letztlich auch die Kundenbindung.



BILD: IT-SYSTEMHAUS RUHRGEBIET

**Nils Kathagen, Geschäftsführer
IT-Systemhaus Ruhrgebiet**

Managed Services wirken sich positiv auf die Leistungsbilanz meines Systemhauses aus. Statt einmaliger Erlöse erzielen wir heute monatlich wiederkehrende Roherträge. Im Tagesgeschäft haben wir uns weg von der reaktiven „IT-Feuerwehr“, hin zum vorausschauenden, proaktiven Service-Partner entwickelt, der Fehler und Störungen beim Kunden früh erkennt, bevor sie zum Problem werden. Aufgrund der positiven Kundenwahrnehmung und mit Blick auf die Marktentwicklung bauen wir Managed Services weiter aus.



BILD: MICHAEL HASE

**Marc Hurrelmann, Geschäftsführer
bei Midland IT**

Durch die Einführung von Managed Services sind wir zu Produktdesignern geworden. Gleichzeitig optimieren sich sowohl die Zusammenarbeit mit den Kunden als auch die Profitabilität. Im Tagesgeschäft ist es mehr ein Agieren als ein reines Reagieren. Der Kunde profitiert ebenso: Er erhält einen Kümmerer, der ihm Probleme abnimmt und nicht noch mehr liefert. Unterm Strich ist der Aufwand größer als erwartet. Doch die steigende Erlössituation und die vielen positiven Effekte entschädigen diese Anlaufkurve deutlich.

zent. Auf der anderen Seite fehlt bei fünf Prozent der Befragten selbst das Basiswissen. Unterm Strich investierten die Dienstleister zu zögerlich in Knowhow und Ressourcen, um ihr MSP-Geschäft voranzutreiben, urteilen die Autoren der Studie. Einen Anteil von 11,9 Prozent der Nettoeinnahmen, den die Befragten im Durchschnitt dafür aufwenden, hält Solarwinds für zu wenig. Immerhin plant die Mehrheit, in diesem und im kommenden Jahr zusätzliches Geld in Plattformen für Remote Monitoring & Management (RMM) und Professional Service Automation (PSA) zu investieren. Beides sind technologische Hilfen, mit denen sich Effizienz und Skalierbarkeit des Service-Geschäfts erhöhen lassen.

Technologie allein reicht allerdings nicht aus, wenn sich Systemhäuser langfristig als MSPs behaupten wollen. Managed Services versprechen ihnen zwar eine höhere Profitabilität als Produktverkauf und Professional Services, ein besser

planbares Geschäft, als es die herkömmlichen, unregelmäßigen Projektzyklen erlauben, und enge, dauerhafte Beziehungen zu ihren Kunden. Der Weg dorthin ist jedoch alles andere als einfach. Durch die Umstellung auf ein Modell mit wiederkehrenden Erlösen verändert sich für VARs, deren Einnahmen traditionell aus dem Produktverkauf und einmaligen Projekten stammen, die Geschäftsmechanik von Grund auf. So müssen Vertriebsleute anders bonifiziert werden, da beim Abschluss der Dienstleistungsverträge keine hohen Summen anfallen. Deshalb ist es sinnvoll, für dieses Geschäft einen dedizierten Vertrieb zu beschäftigen. Unternehmen, die ihr Managed-Service-Angebot auf diese Weise vermarkten, verzeichnen der Solarwinds-Studie zufolge deutlich höhere Wachstumsraten als andere.

Eine erste Hürde bedeutet für Systemhäuser somit schon der Einstieg in das neue Modell. Weil Managed Services in der Regel monatlich abge-

rechnet werden, fließen anfangs nur relativ kleine Beträge, bis ein gewisser Stamm an Kunden aufgebaut ist. Einnahmen verschieben sich also zeitlich in die Zukunft. Nicht selten brechen in der Umstellungsphase aber Projektumsätze weg, die naturgemäß deutlich höher ausfallen würden als die Service-Gebühren. Daher können Liquiditätsengpässe entstehen. Hinzu kommt, dass der Aufbau eines MSP-Portfolios mit Investitionen in Personal, Wissen und Infrastruktur verbunden ist. Selbst für ein großes Haus wie Computacenter war dieser Prozess „ein steiniger Weg“, wie Reiner Louis, Deutschlandchef des Unternehmens, berichtet (Interview, Seite 12). Ähnlich äußern sich andere Entscheider aus dem deutschen Channel, die IT-BUSINESS dazu befragt hat.

Eine Herausforderung stellt für alle Akteure der Preisdruck dar, der sich auch bei Managed Services bemerkbar macht und sich an sinkenden Preisen für Basisdienste ablesen lässt (Seite 16). So beobachtet man bei Solarwinds die Tendenz, dass Kunden bei wiederkehrenden Leistungen dazu neigen, deren Wert mit der Zeit geringer einzuschätzen. Oft fordern sie daher „Preiszugeständnisse oder vermehrte Dienstleistungen bei gleichem Preispunkt, wenn eine Verlängerung des Vertrags ansteht“. Verschärft wird der Druck durch das zunehmende Angebot an Managed Services. Angesichts dieser Tendenz erhalten Provider ihre Profitabilität oder verbessern sie sogar, indem sie durch einen höheren Automatisierungsgrad mit gleichem Personal mehr Leistungen erbringen. Vom wachsenden Wettbewerb können sie sich abgrenzen, indem sie höherwertige, veredelte Services anbieten, die über Basisleistungen hinausgehen und den Kunden somit einen größeren Nutzen versprechen.

Nicht thematisiert wird in der Solarwinds-Studie die Frage, wo die technologische Basis der Managed Services betrieben wird. Im Datacenter des MSPs? Bei einem Hosting Provider? Bei einem Hyperscaler? Eine Antwort darauf gibt der aktuelle „2019 MSP Benchmark Survey“ des RMM-Spezialisten Kaseya: „Die Mehrheit der MSPs (70 %) setzt auf Cloud, um die Infrastruktur ihrer Kunden zu hosten.“ Dabei handelt es sich um eine weltweite Zahl, die nicht regional aufgeschlüsselt wird. In Deutschland, wo der Mittelstand lange skeptisch in puncto Cloud war, dürfte der Wert

BILD: HARALD C. SAHLING 2014



**Günther Schiller, Vorstand
der ACP Group**

ACP hat bereits vor mehr als zehn Jahren das Thema Managed Services ins Portfolio aufgenommen. Heute bilden Managed Services einen stark wachsenden Bereich im Angebots-Mix der ACP. Gerade der Mittelstand setzt immer intensiver auf die Auslagerung von IT-Diensten – getrieben durch den Fachkräftemangel und die steigende Komplexität der Systeme. MSPs wie wir profitieren durch die Auslagerung erheblich, da wir durch fixe drei bis fünf Jahresverträge eine gut prognostizierbare Leistungsbilanz aufweisen.

BILD: BECHTLE



**Christopher Pilz, Geschäftsführer
Bechtle Frankfurt und Rhein-Main**

Managed Services haben unser Dienstleistungsgeschäft in den letzten Jahren nachhaltig geprägt und verändert. Unternehmen, die das Angebot nutzen, können sich ganz auf ihr Business konzentrieren. Sie reduzieren den Verwaltungsaufwand, bleiben flexibel und können mit Managed Services insgesamt Kosten einsparen. Auch wir profitieren als regionales IT-Systemhaus: Mit den standardisierten Prozessen stärken wir die Kundenbindung und erzielen im Wettbewerb um Neukunden entscheidende Vorteile.

noch um einiges von 70 Prozent entfernt sein. Aber auch hierzulande hat sich eine neue Kategorie von MSPs etabliert, die Managed Cloud Provider, die für Kunden nicht nur Architekturen in der Cloud aufbauen, sondern sie auch dauerhaft betreiben. Manche konzentrieren sich dabei auf einen Hyperscaler. Andere haben Kompetenz für AWS, Google und Microsoft erworben. Kaseya zufolge zählt Cloud Management mit einer Zuwachsrate von 49 Prozent zu den Services, bei denen die Nachfrage besonders stark steigt. Desktop, Server und Network Management sind demnach die verbreitetsten Angebote. Am stärksten wächst mit 66 Prozent aber die Nachfrage nach Managed Security Services.



Mehr unter:
<http://bit.ly/ErfolgMS>

Autor:
Michael Hase



Managed Services und Consulting befruchten sich

Bei Managed Services sind Standardisierung und individuelle Kundenanforderungen auszubalancieren, wie Computacenter-Chef Reiner Louis erläutert.

Reiner Louis, Sprecher
der Geschäftsführung
bei Computacenter
Deutschland



BILD: BERND ARNOLD

Inwiefern haben Managed Services in den vergangenen Jahren das Dienstleistungsgeschäft von Computacenter verändert?

Louis: Wir betreiben Managed Services seit über fünfzehn Jahren. Es war ein steiniger Weg, und wir reden über ein komplexes Business, das auch erhebliche Investitionen in Mitarbeiter, Infrastruktur und Lösungen voraussetzt. Im Ganzen war und ist es aus Computacenter-Sicht aber sehr erfolgreich, und mit einem Umsatz von circa 420 Millionen Euro sind Managed Services ein nicht wegzudenkender Kernbestandteil unseres Geschäfts. Unsere Erfahrung zeigt, dass sich Consulting Services und Managed Services vertrieblich gegenseitig befruchten. Ohne entsprechende Consulting- und Projektmanagement-Skills sind Transformationsprojekte undenkbar. Zudem ergeben sich aus dem laufenden Betrieb auch immer nachhaltige Projektbeauftragungen.

Haben sich Managed Services positiv auf die Leistungsbilanz Ihres Systemhauses in puncto Profitabilität ausgewirkt?

Louis: Managed Services bilden den größeren Teil unseres Service-Geschäfts. Wie schon ausgeführt, sprechen wir über ein komplexes Business. Daher gibt es immer mal wieder Verträge, bei

denen die Transition, also die Übernahme des Service vom Kunden oder vom bisherigen Dienstleister, herausfordernd ist. Dann werden zusätzliches personelles Engagement, das nicht vorhersehbar war, beziehungsweise Investitionen erforderlich. Das beeinflusst natürlich die Marge. Entsprechend arbeiten wir daran, auf der einen Seite unsere Transformationskompetenz stetig zu verbessern und den laufenden Betrieb im Sinne von Effizienz so zu optimieren, dass wir Kostenvorteile erzielen. Auf der anderen Seite wollen wir den Kunden auch auf seiner Innovations-Roadmap unterstützen.

Es dürfte nicht immer ganz einfach sein, beides miteinander zu vereinbaren.

Louis: Die größte Herausforderung in diesem Business ist für uns die anhaltende Kundenerwartung, die sich auch im Preis niederschlägt. Bei aller Effizienz auf der einen Seite erwarten Kunden auf der anderen eine hohe Flexibilität, Innovationen, Qualität und einen gewissen Individualisierungsgrad, was entsprechend seinen Preis hat. Für uns gilt es, die Balance so herzustellen, dass wir einerseits wettbewerbsfähig anbieten können, andererseits aber eben auch die Gesamterwartung der Kunden so erfüllen, dass der Vertrag wirtschaftlich auskömmlich ist. Was eben nicht immer gelingt.

Wie würden Sie die Veränderung unterm Strich bewerten?

Louis: Insgesamt sind wir mit unserem Managed-Services-Geschäft sehr zufrieden – und ein Großteil der Kunden ebenso. Nicht ohne Grund können wir bestehende Verträge regelmäßig erneuern oder auch Ausschreibungen für neue Verträge für uns entscheiden.



Mehr unter:
<http://bit.ly/CompKerpen>

Autor:
Michael Hase



«Mit **Sicherheit** für jeden **MSP** die richtige Wahl»



Managed Services mit Securepoint umsetzen

Unser Ziel als deutscher Hersteller von IT-Sicherheit ist es, Ihnen ein verlässlicher Partner zu sein – egal ob Sie noch auf dem Weg zum MSP sind oder sich schon positioniert haben. Securepoint hat deswegen eine neue Reihe an Produkten ins Leben gerufen, die speziell für Ihre Anforderungen entwickelt wurden. Securepoint Unified Security bedeutet „IT-Security made in Germany“ und garantiert keine Backdoors.



Firewall as a Service

- 100% Mietangebot
- Flexibel reagieren (mtl. kündbar)
- Alle UTM-Firewall Modelle mietbar
- Inkl. umfangreichem Service



E-Mail-Archiv as a Service

- Archivierung aus der Cloud
- Bereitstellung, Backup, Updates uvm.
- Optimierte für Office 365
- Vertrauenswürdige Zertifikate



Mobile Security MSP Lizenzmodell

- Web-Security aus der Cloud
- Mobile Device Management
- Verschlüsselte Verbindungen
- Einfachste Inbetriebnahme



Antivirus Pro MSP Lizenzmodell

- Umfassender Virenschutz
- Höchste Erkennungsraten
- Ressourcenschonend
- Zentrales Cloud-Management

» Mehr Infos: www.securepoint.de/msp

 **SECUREPOINT**

Tel.: 04131/2401-0 • E-Mail: info@securepoint.de

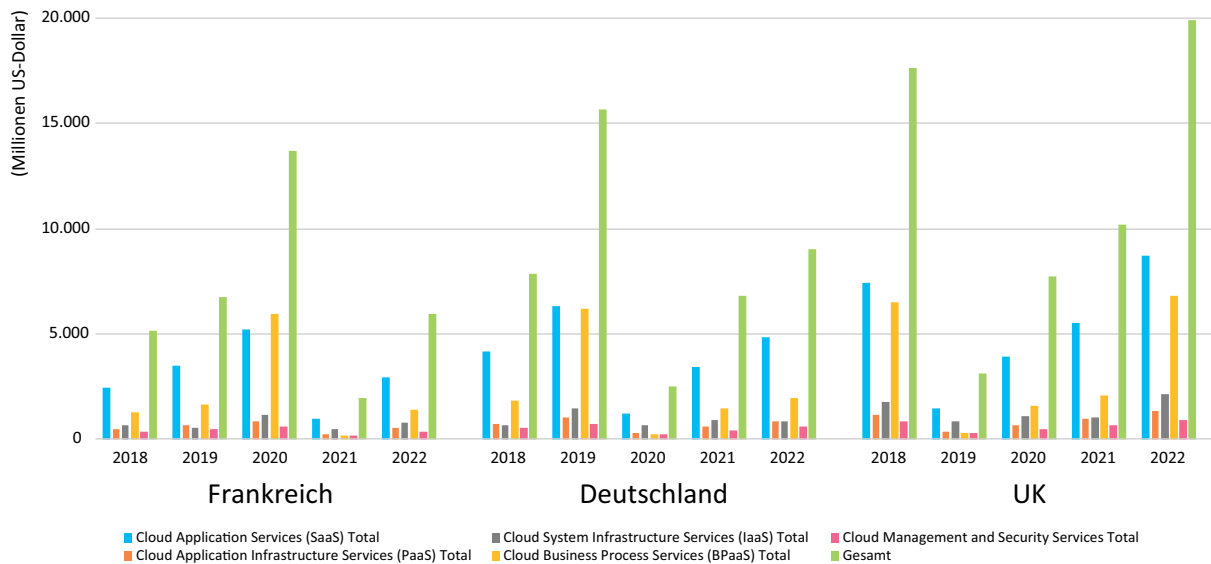
SecurITy
made
in
Germany



Umsatz mit Public-Cloud-Diensten wächst

Laut Gartner wird der weltweite Markt für Public-Cloud-Dienste in diesem Jahr um 17,5 Prozent auf insgesamt 214,3 Milliarden US-Dollar wachsen. Im vergangenen Jahr waren es 182,4 Milliarden US-Dollar. In Deutschland betragen die Gesamtausgaben rund 7,8 Milliarden US-Dollar (6,9 Mrd. Euro).

Ausgaben mit Public-Cloud-Diensten



QUELLE: GARTNER

Cloud-Computing-Anbieter

Vor dem Hintergrund, dass der Markt für Managed Cloud Provider bereits sehr groß ist und fast 100 Dienstleister in Deutschland auf der Liste stehen, die sich potenziell als solcher anbieten, ist eine klare Differenzierung im Markt notwendig. Da den Systemhäusern das Bestandsgeschäft wegbricht, heißt der Ausweg meistens „Cloud“. Den Vorsprung der Cloud-Pioniere aufzuholen, ist für diese Dienstleister merklich schwierig.

Cloud Plattformen – IaaS & PaaS



Managed Public Cloud Provider



Laut Finanzierungsmonitor 2019 befürchten zwei von drei KMUs, dass die Digitale Transformation sie finanziell überfordern könnte.

Die Lösung: Verkauf gebrauchter IT – Hierin verbirgt sich ungenutztes Potential.

Vielen Unternehmen ist nicht bewusst, dass sie mit dem Verkauf auszutauschender Hardware noch Erträge erzielen können. Zugleich profitieren MSP und Systemhäuser von diesem Modell, denn die Erweiterung des Portfolios ermöglicht Umsatzwachstum durch Akquise neuer Kunden bzw. Bindung bestehender Kunden in Form von Folgeprojekten.

IT-Ankauf aus einer Hand

Die GSD Remarketing betreut seit 27 Jahren Großunternehmen, Behörden und Systemhäuser bei der Abwicklung einmaliger Rückkaufaktionen sowie langfristiger Projekte aller Größenordnungen. Der Dienstleister ist auf den Ankauf sämtlicher ITK-Hardware spezialisiert und organisiert im Full-Service den gesamten Rollback sowie die Datenlöschung der gebrauchten IT. In der GSD-Servicefactory können zeitgleich 1.000 Geräte geprüft bzw. deren Daten gelöscht werden und bei Bedarf ermöglicht die flexible Infrastruktur eine kurzfristige Verdopplung dieser Kapazitäten.

Mit GSD als Partner **zusätzliche Erträge statt Elektroschrott** in 6 ganz einfachen Schritten

Anfrage

Sie übermitteln uns eine Übersicht der Geräte, die Sie verkaufen möchten

Angebot

Rückkaufsangebot auf Basis des Alters und Zustandes der Geräte



Abholung

Wir organisieren Abbau, Abholung, Verpackungsmaterial, wo nötig auch den verplombten Transport zu uns

Auditierung

In DEKRA-zertifizierten Prozessen durchlaufen die Geräte eine optische und technische Qualitätsprüfung

Datenlöschung

Unwiderrufliche Datenlöschung sowie revisionssichere Dokumentation

Abrechnung

Sie erhalten eine detaillierte Dokumentation und Bewertung als Basis für Ihre Rechnungsstellung

Zunehmende Sanktionen sowie steigende DSGVO-Bußgelder

Die DSGVO verlangt eine zertifizierte und protokollierte Datenvernichtung. Bei Verstößen können Behörden Bußgelder von bis zu 20 Millionen Euro verhängen. In Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Dienstleister wie der GSD erfüllen Sie die gesetzlichen Anforderungen.

Für den sicheren Löschvorgang verwendet die GSD zertifizierte Software, die den rechtskonformen Empfehlungen des BSI entspricht. Das Qualitäts- und Umweltmanagement wird regelmäßig von der Dekra auditiert und nach ISO Norm 9001 bzw. 14001 zertifiziert. Der Verkäufer erhält eine revisionssichere Dokumentation auf Basis der Seriennummer, die als Nachweis gegenüber offiziellen Prüforganisationen zugelassen ist.

Das Team der GSD berät und unterstützt Sie gerne rund um das Thema IT-Remarketing: **einkauf@gsd.eu** sowie **+49 89 800 695 0**
Ausführliche Informationen auf [gsd.eu](https://www.gsd.eu)

Der Managed-Services-Markt ist verlockend. Daher schwimmen viele Fische getarnt unter den Haien.

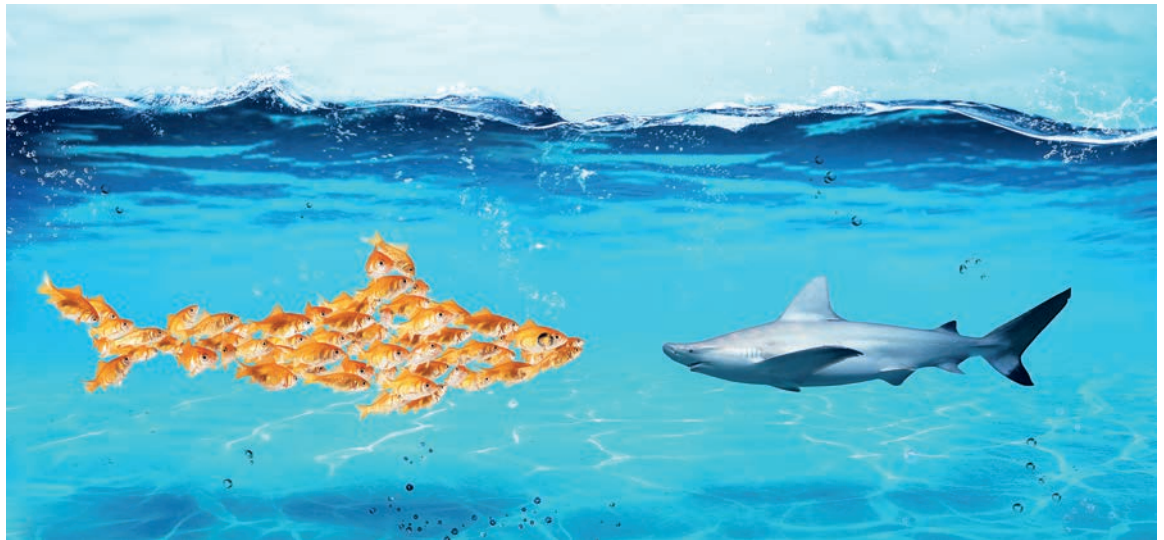


BILD: ALPHASPIRIT - STOCK.ADOBE.COM

Haifischbecken Managed Services?

Viele Systemhäuser sind bereits auf Managed Services umgestiegen, andere sind mitten in der Transformation. Trends zeigen jedoch einen Preisabfall. Ist die Umstellung in Anbetracht der Entwicklungen noch ein Vorteil?

Die Frage nach dem Preis-Leistungs-Verhältnis plagt jedes Unternehmen. Einen repräsentativen, fundierten Überblick über die aktuellen Durchschnittspreise von IT-Leistungen des Jahres 2018 in Deutschland gibt der „IT-Service-Preisspiegel“ der IT-Verbundgruppe Synaxon. Doch obwohl die Auswertung einen eindeutig steigenden Trend in der Branche zeigt, sind erstaunlicherweise die verlangten Preise für Managed Services auf breiter Front erodiert. Das Server Management ist beispielsweise von 66 Euro monatlich (2017) auf 61,54 Euro (2018) gesunken. Einen einschlägigen Preisabfall, so die Zahlen der Service-Preisliste, gibt es für Firewall-User pro Monat und Hosted Exchange. Zahlten Kunden 2017 noch 13,42 Euro pro Monat für einen Hosted Exchange, wurde 2018 nur noch knapp die Hälfte dafür veranschlagt (7,92 Euro).

Wie sich diese Preisentwicklung erklären lässt, erläutern die Channel-Experten Henning Meyer, Geschäftsführer von Acmeo, und Steffen Ebert, Geschäftsführer von Ebertlang. Zudem geben sie einen Ausblick in die Zukunft des Geschäfts. Den beiden Spezialisten zufolge gab es in den vergangenen Jahren einen Zuwachs von As a Service und

Automatisierung, wodurch klassische Lösungen wie Firewall und Hosted Exchange sich zu Commodity-Produkten entwickelt haben. Des Weiteren spielt bei der Preisentwicklung der Wettbewerb und die Bandbreite an ergänzenden Lösungen – insbesondere im Bereich Security – eine entscheidende Rolle. Zum Beispiel befindet sich Office 365 im Portfolio von fast jedem Systemhaus, wodurch sich auch der Preis dafür verringert.

Die sinkenden Preise, bedingt durch den Wettbewerb, sind für Endkunden augenscheinlich eine schöne Entwicklung. Aber wie sieht es mit den Systemhäusern aus? In den vergangenen Jahren sind viele Systemhäuser vom einstigen „Break / Fix“ auf Managed Services umgestiegen. Wo es früher galt, viele Technikerstunden in Rechnung zu stellen, sind jetzt Serviceverträge mit möglichst geringem zeitlichem Aufwand und hohem Automatisierungsgrad der Weg zum Erfolg. Die Tendenz zum Abschluss solcher Serviceverträge bestätigen auch die Zahlen des „IT-Service-Preisspiegels“. Während 2017 nur 18,92 Prozent einen Servicevertrag nutzten, sind es 2018 schon 24,73 Prozent. Eine klare Unterscheidung zwischen einem

Wartungsvertrag und einem Managed-Service-Vertrag ist Ebert zufolge jedoch schwer zu treffen, da beide Varianten je nach Ausstattung ähnliche Leistungen abbilden. Mit den entsprechenden Tools ausgestattet, kann ein Managed Service Provider (MSP) auch mit einem Wartungsvertrag seine Services zur Verfügung stellen. Zusätzlich sind die Kriterien, die zur Unterscheidung der beiden Vertragstypen herangezogen werden, nicht immer eindeutig und die Benennung eher willkürlich gewählt. Für Meyer liegt das wichtige Unterscheidungskriterium der beiden Vertragstypen in der Übernahme der Verantwortung. Während bei Wartungsverträgen das Admin-Kennwort noch beim Kunden liegt und dieser eher Betreuungsleistungen hinsichtlich seiner Betriebsverantwortung erhält, übernimmt bei einem Managed-Service-Vertrag das Systemhaus die volle Verantwortung.

Summa Summarum stellt sich die Frage, inwiefern die Umstellung zu Service- und Wartungspreisen noch einen Vorteil in Bezug auf die Profitabilität bietet. Der Tenor von Meyer und Ebert ist ähnlich: Profitabilität kann nicht anhand von Client-Kosten festgelegt werden und lässt den eigentlichen Vorteil von Managed Services außer Acht. Denn der teuerste Anteil liegt in der Regel in der Arbeitszeit des Technikers und nicht in den Preisen einzelner Services. „Im MSP-Modell kann ein Systemhaus-Techniker in der gleichen Zeit eine Vielzahl an Systemen wesentlich komfortabler und stressfreier betreuen als im klassischen Break-Fix-Modell, wodurch Preisreduzierungen vereinzelter Lösungen umgehend kompensiert werden. Das Systemhaus hat weniger Zeitaufwand, kann unkompliziert noch weitere Services anbieten und hat überdies weitaus zufriedener Kunden“, so führt Ebert aus. Meyer erläutert dazu, dass im größten Teil der Fälle die Profitabilität durch die Automatisierung der Prozesse zugenommen hat.

Eine Erklärung für die Preisentwicklung sieht Meyer in der immer größeren Anzahl von Managed-Service-Anbietern. „Da kommen auch solche auf das Spielfeld, die auf der Welle mitreiten und mit wenig Aufwand einfach das Potenzial des Marktes

abschöpfen wollen, indem sie eine Günstigpreis-Strategie fahren. Die Spreu vom Weizen trennt sich heute zwischen denjenigen, die Managed-Services-Leistungen versprechen, und denjenigen, die sie tatsächlich nachhaltig erbringen.“ Letztlich bestimmt die Nachfrage den Verkaufspreis, und der Kunde präferiert günstige und transparente Flatrate-Modelle statt teurer Einzellizenzen. Das vermehrte Angebot anderer Lösungen sensibilisiert das Nachfrageverhalten der Kunden. Meyer ist jedoch der Ansicht, dass mittelfristig Kunden von günstigeren Angeboten zu professionellen Anbietern wechseln werden, da diese die versprochenen Managed-Service-Leistungen für den Kunden tatsächlich nachvollziehbar erbringen.

Dennoch bleibt die Frage offen, was die Zukunft bringt und was gegen diese Entwicklung unternommen werden kann. Dass es keinen Königsweg gibt, sind sich beide Geschäftsführer einig. Auch setzen beide auf einen klaren Mehrwert für den Kunden. „Weniger austauschbare Güter, mehr veredelte Pakete verkaufen“, so Meyers Ansage. Denn statt der Vermarktung von einer einzelnen Server-Leistung und Firewall-Funktionalität ist beispielsweise ein Outsourcing-Paket denkbar, das als Preis pro Benutzer pro Monat abgerechnet wird und neben den Servern und Firewalls auch noch den Backup-Betrieb, Terminal- und Patch-Services sowie eine Dienstleistungs-Flatrate enthält.

Folglich sollte dem Kunden eine „Rundum-Sorglos-Lösung“ angeboten werden. Hierfür muss sich der Anbieter jedoch mit den Problemen und Prozessen des Kunden besser auseinandersetzen. Eine Kompetenz, die ihn von „Billig-Anbietern“ abhebt. Eberts Einstellung ist ähnlich: „Managed Services werden früher oder später zur Pflicht im Systemhaus für den überwiegenden Teil der zu betreuenden Endkunden werden.“ Hier fehlt jedoch leider oft das fachliche Personal.



Mehr unter:
<http://bit.ly/MS-Preisdruck>

Autor:
Ann-Marie Struck



BILD: FALTMANN PR



Henning Meyer, Geschäftsführer von Acmeo

Einfaches „Cloud-Kistenschieben“, also MSP- & Cloud-Lösungen ohne Mehrwert einfach durchhandeln, das kann jeder. Echte Mehrwerte auf Basis der Kundenanforderung sind gefragt.

BILD: EBERLANG



Steffen Ebert, Founder & Co-CEO von Ebertlang

Es gibt keinen Königsweg. Es wird gerade im Bereich komplexer IT-Infrastruktur immer Szenarien geben, für die MSP-Lösungen nicht der optimale Ansatz für IT-Dienstleister und den Kunden sind.

A1 Digital: Konsequent Channel-orientiert



BILD: A1 DIGITAL

Hyperscaler sind groß, mächtig im Leistungsumfang, unpersönlich und meist amerikanisch. Wenn Systemhäuser für ihre Kunden eine Alternative zu solchen Public-Cloud Anbietern suchen, bietet sich A1 Digital an. Mit Rechenzentren in DACH, einem schnell wachsenden Channel-Team und einem attraktiven Partnerprogramm sucht A1 Digital mit seiner Cloud-Plattform Exoscale die Nähe zum deutschen Channel.

„Viele Mittelständler möchten zwar in die Cloud, wollen ihre Daten aber sicher bei einem regionalen Anbieter aufgehoben wissen“, sagt Stefan van Randenborgh, Channelchef bei A1 Digital, „und das ist genau unsere Stärke.“ Mit der Cloud-Plattform Exoscale von A1 Digital steht Systemhäusern eine solche regionale Lösung zur Verfügung.

Compliance-konform

Zwar dominieren US-amerikanische Hyperscaler den Markt, doch werden sie mit ihren Angeboten den Compliance-Anforderungen vieler deutscher Kunden einfach nicht gerecht. Der Teufel steckt im Detail des CLOUD Act, eine US-amerikanische Vorschrift, die amerikanischen Firmen und IT-Dienstleister dazu verpflichtet, US-Behörden Zugriff auf gespeicherte Daten zu gewähren, selbst wenn diese gar nicht in den USA gespeichert sind. Eine europäische Alternative wird daher immer wichtiger und genau die bietet A1 Digital mit Exoscale an. Mit Serverstandorten in Deutsch-

land, Österreich und der Schweiz entspricht sie auch den Bestimmungen der DSGVO und garantiert Compliance.

Leistungsstarke Cloud-Plattform aus der DACH-Region

Als Infrastructure as a Service (IaaS) Anbieter stellt A1 Digital seinen Kunden mit Exoscale eine leistungsstarke und flexible Cloud-Plattform zur Verfügung, um Kundenlösungen performant und sicher implementieren zu können. Zu den Nutzern der Plattform gehört etwa das Kernforschungszentrum CERN. Mit IaaS sind Systemhäuser in der Lage, eigene MSP-Strukturen zu errichten und ihren Kunden zur Verfügung zu stellen. Exoscale bietet dabei eine sehr einfache Konfiguration mit einem umfangreichen Self-Service für Integratoren an, sodass sie Dienste in einem leicht überschaubaren Preismodell konfigurieren können. „Wir schreiben Transparenz jeder Hinsicht groß“, erklärt van Randenborgh, „deshalb können Kunden unseren verschiedenen Stand-

orten in der DACH-Region auswählen und selbst entscheiden, wo ihre Daten gespeichert werden sollen“. Derzeit betreibt A1 Digital Rechenzentren in Frankfurt am Main, Wien, Genf und Zürich. In Kürze eröffnet das Unternehmen einen zweiten deutschen Rechenzentrums-Standort in München.

Starke Unterstützung für den Channel

In München hat A1 Digital seine deutsche Unternehmenszentrale, wo van Randenborgh ein schnell wachsendes Channel-Team aufbaut: „Jeder unserer Partner hat einen festen Ansprechpartner im Team. Damit können wir sicherstellen, dass Aufgaben, die das Tagesgeschäft behindern, schnell gelöst sind. Wir möchten unseren Partner das Geschäft so einfach und so persönlich wie möglich machen.“ Van Randenborghs Mitarbeiter kennen ihre Partner sehr genau. Die meisten hat das über ganz Deutschland verteilte Außendienstteam bereits vor Ort besucht. Ein wesentlicher Teil

ihrer Arbeit ist das Enabling – technisch wie prozessual – für das Cloud-Geschäft. Market Development Funds und zielgerechte Marketingmaterialien tragen außerdem dazu bei, dass Systemhäuser die gemeinsamen Cloud-Angebote optimal bei ihren Kunden platzieren können. Regelmäßige Schulungen, Partnerprogramme und Webinare helfen den Partnern dabei, stets auf dem aktuellsten Stand zu bleiben.

„Sehr gut kommt bei unseren Partnern übrigens unser Abrechnungsmodul an“, freut sich van Randenborgh. Minutengenaue, transparente und übersichtliche Abrechnungen sind eine Stärke des Systems von A1 Digital. „Unsere Partner betonen immer wieder, dass sich unsere Lösung erfreulich vom übrigen Markt abhebt.“

Kundenanforderungen individuell erfüllen

Auf dynamische Anforderungen der Kunden bei Leistung und Funktionsumfang reagiert Exoscale aufgrund der guten horizontalen Skalierbarkeit sehr schnell. Server stehen innerhalb von 30 Sekunden bereit. Und auch bei



Jeder unserer Partner hat einen festen Ansprechpartner im Team.

Stefan van Randenborgh,
Channelchef bei A1 Digital

kürzester Nutzung zahlt der Anwender nur die Leistung, die er tatsächlich in Anspruch genommen hat.

Die Kosten bleiben dabei stets überschaubar und transparent. „Das ist besonders wichtig, denn unsere Partner brauchen bei ihren Angeboten Kalkulationssicherheit“, gibt van Randenborgh zu bedenken.

Dank Open-Source und Container-Technologie sind Projekte zudem sehr schlank umsetzbar. Auch hier steht Transparenz an erster Stelle und „es gibt kein Vendor Lock-in. Das ist für viele Partner und deren Kunden ein ganz wichtiges Kriterium“, erklärt van Randenborgh.

Leistungsstarke Optionsvielfalt

Aber auch Multi-Cloud-Umgebungen sind ebenso problemlos möglich wie innovative IoT-Anwendungen, für die A1 Digital die richtigen Dienste vorhält. Und erste ISVs nutzen die Plattform für Eigenentwicklungen. Ein Trend, der van Randenborgh besonders freut, da sich im Ökosystem des Anbieters interessante Synergieeffekte etwa bei der Vermarktung ergeben. Kein Wunder, dass im Partnerprogramm für ISVs eine eigene Kategorie vorgesehen ist.

„Wir freuen uns über Systemhäuser, die gemeinsam mit uns einen anderen Weg für ihre Kunden in die Cloud einschlagen wollen“, signalisiert Stefan van Randenborgh, „wir sind channeltreu, und wir sprechen mit unseren Partnern auf Augenhöhe.“

Jetzt Cloudportfolio erweitern und Umsätze steigern

Exoscale, die regionale Cloud-Plattform

Ihre Vorteile:

- Flexibilität dank Open-Source
- Lokale Rechenzentren mit höchsten Datenschutzstandards
- In 30 Sekunden zum virtuellen Server



Jetzt kostenlos Exoscale testen. QR Code scannen und Startguthaben in Höhe von 50 Euro sichern.

Werden Sie A1 Digital Partner!
Mehr erfahren unter www.a1.digital/partner-werden

Gemeinsam Großes schaffen.



Das Drucker-Management geht in die Cloud

Managed Print Services benötigten bisher bei größeren Installationen noch einen lokalen Printserver. Doch der wandert nun immer öfter in die Cloud.

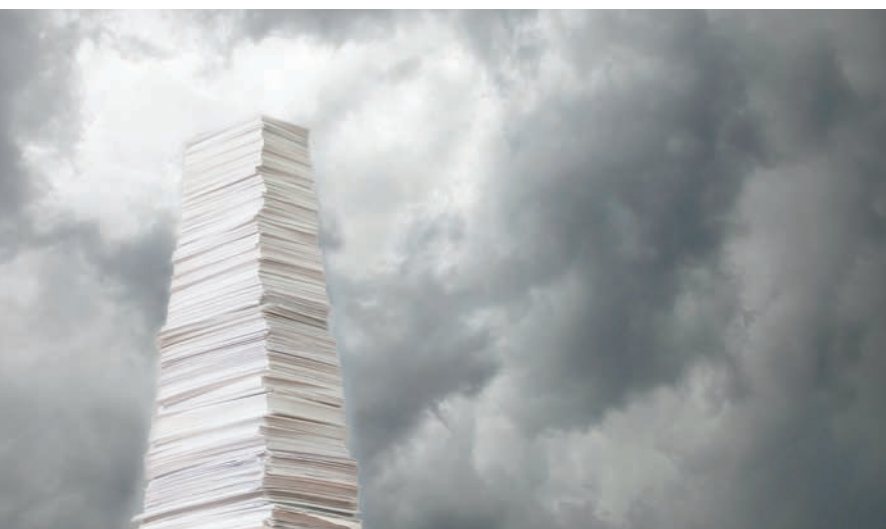


BILD: © EPITAVI - STOCK.ADOBE.COM

Die Verwaltung von Druckern und deren Versorgung mit Verbrauchsmaterial als Service gibt es schon lange. Allerdings meist als klassischen Remote-Service mit direktem Fernzugriff auf die einzelnen Drucker oder einen zentralen Printserver bei größeren Installationen. Eine ganze Reihe von MPS-Anbietern verlagert nun die Verwaltungsebene in die Cloud, um damit dezidierte Hardware überflüssig zu machen und ihren Partnern eine größere Flexibilität zu bieten.

Zu den ersten Anbietern von Hersteller-übergreifenden Cloud-basierten Druckmanagement-Lösungen gehört die in Berlin beheimatete Firma ThinPrint, die bereits 2015 den Cloud-Printing-Startup Ezeep übernommen hat. Der Dienst war zunächst auf die Verwaltung von Coworking-Spaces spezialisiert und soll nun ausgebaut werden. Weitere Anbieter sind beispielsweise die US-Firma Printerlogic, die mit Printercloud im November 2018 eine Cloudlösung für MSP-Dienstleister gestartet hat, oder das dänische Startup Printix. Dessen Lösung bietet mit der Unterstützung von Azure AD, Intunes und Power BI eine weitgehende Einbindung in eine Microsoft-

Infrastruktur, kann aber auch in Google-Dienste wie die G Suite integriert und als Drucklösung für Chromebooks genutzt werden.

Mit dem Lexmark Cloud Service bringt nun auch ein Druckerhersteller die Verwaltungsebene in die Cloud. Das soll die lokale Infrastruktur vereinfachen und damit auch den Partnern helfen. Die Cloud Services bestehen aus vier Teilen: Cloud Print Management (CPM) für die Verwaltung der Druckaufträge, Cloud Fleet Management für die Verwaltung und Konfiguration der Drucker und MFPs, Echtzeit-Analysen des Druck-, Kopier- und Scanverhaltens sowie den Cloud Connector für die Verbindung zwischen Druckern beziehungsweise MFPs und gängigen Content-Sharing-Diensten wie Box, Dropbox, Google Drive und Microsoft Onedrive. Das CPM unterstützt Follow-Me-Printing und mobiles Drucken mittels Smartphone oder Tablet. Für Firmen mit begrenzter Bandbreite beim Internetzugang oder mit hohen Anforderung an die Compliance bietet der Cloud-Service zudem eine Hybrid-Option. Bei ihr wird nicht das gesamte Dokumenten-Image in die Cloud geschickt, sondern nur Metadaten des Auftrags, um trotzdem Analysen zu ermöglichen.

Beim Cloud Fleet Management erhalten die Lexmark-Partner in einem Webportal die über die Cloud verwalteten Drucker für jeden Kunden individuell angezeigt. Über das Portal können Firmware- und Sicherheitsupdates auf mehreren Druckern gleichzeitig durchgeführt werden. Laut Allen Waugerman, Senior Vice President und CTO bei Lexmark, bilden die aktuell eingeführten Dienste nur einen ersten Schritt: „In den kommenden Monaten wird Lexmark weitere spannende neue Cloud Services auf den Markt bringen.“



Mehr unter:
<http://bit.ly/ITB-OutputMgmt>

Autor:
Klaus Länger





IT-Outsourcing



Managed Services



Cloud Services



Colocation



IT-Sicherheit
Made in Germany



RECHENZENTREN IN MÜNCHEN, NÜRNBERG UND HOF



BILD: MACROVECTOR - STOCK.ADOBE.COM

Workload-Helden im Hintergrund

Unternehmen setzen auf externe Hilfe durch Managed Public Cloud Provider (MPCP), was den laufenden Betrieb ihrer hybriden IT-Infrastruktur angeht. Doch das Terrain ist aus mehreren Gründen kein leichtes Marktumfeld.

Wer Applikationen und Workloads für Unternehmen auf Public-Cloud-Infrastrukturen betreibt, weiß, dass es Unterschiede zwischen Theorie und Praxis gibt und der Teufel oft im Detail steckt. Workloads, also Arbeitsaufträge in verteilten Computersystemen, werden inzwischen gerne in die Cloud verlagert, wenn dies sinnvoll erscheint und technisch keine Probleme bereitet. Bei Schwierigkeiten in der Umsetzung – und sind sie nur in einer steigenden Unübersichtlichkeit begründet – ist das Fachwissen der MPCP gefragt. Sie reduzieren die Komplexität des IT-Systems und haben auf dem Radar, welche Technik-Trends und neuartigen Workloads bereits heute für die Planung eine Rolle spielen, wenngleich ihre Implementierung erst in der Zukunft ansteht. Für eine solide Betriebsstrategie für anfallende Workloads müssen MPCP Abrechnungsmodelle

und technische Raffinessen aller gängigen Plattformen berücksichtigen.

Während sogenannte „Cloud Provider“ in den Variationen „Public Cloud Provider“, „Cloud Service Provider“ oder in der Microsoft-Terminologie als „Cloud Solution Provider“ (CSP) in welcher konkreten Form auch immer Cloud-Dienste bieten, stellt der Managed Public Cloud Provider einen Spezialfall dar. Letztlich handelt es sich bei solch einem Dienstleister um einen Managed Service Provider (MSP), der sein Geschäftsmodell auf die Public Cloud ausgerichtet hat. Dieser Dienstleister migriert Workloads seiner Kunden auf eine Public-Cloud-Plattform und managt für sie anschließend den gesamten Betrieb. Hintergrund des Modells ist, dass Public Cloud Provider in der Regel keine Full-Service-Anbieter sind, sondern

nur für einen Teil des Stacks die Betriebsverantwortung übernehmen und auch nur für diesen Teil die Sicherheit garantieren. Ein Teil der Verantwortung verbleibt beim Kunden („Shared Responsibility“). MPCP nutzen demnach im Sinne ihrer Kunden Public-Cloud-Infrastrukturen der großen Hyperscaler wie Amazon Web Services, Microsoft Azure, Alibaba, Google oder IBM Cloud, aber auch von kleineren Anbietern wie beispielsweise Profitbricks oder VMware.

Im magischen Quadranten hat Crisp Research bei den Acceleratoren, also jenen, die das Marktumfeld durch Innovation und Können bewegen, beispielsweise Nordcloud, Reply, Claranet, IQ3 Cloud, TecRacer, CloudReach, Rackspace, Netlution und Avanade verortet. Die Gruppe der Managed Public Cloud Provider, die von Crisp Research für den magischen Quadranten als „besonders relevant“ klassifiziert wurde und dadurch erst in die Auswahl für den Quadranten kam, war im Vergleich zum Vorjahr deutlich kleiner. „Dies liegt daran, dass die Peer Group nun aus stärker fokussierten Dienstleistern besteht“, begründen die Marktforscher. Mit anderen Worten: Der Spezialisierungsgrad bei den Cloud-Dienstleistern steigt. „Fachkräftemangel“ mag ein umstrittener, weil von politischen Interessen geleiteter Begriff sein, aber der Arbeitsmarkt für versierte Cloud-Techniker ist dennoch wie leergefegt. Das ist ein Problem, denn die „Cloud-Macher“ benötigen viele technische Experten, die im besten Fall noch jahrelange Erfahrung mitbringen. Ergänzend dazu sind Werkzeuge und Automatisierungslösungen gefragt sowohl für den reinen Infrastrukturbereich, als auch bei Themen wie „Managed

Security“ oder auch – man denke an die DSGVO – „Compliance“ sowie mitunter auch für Applikations-Management.

Wenn man so will, sind MPCP im Cloud-Umfeld so etwas wie spezialisierte Reisebegleiter. Die Reise, die in dieser Metapher begleitet wird, ist die IT-Transformation, bestehend aus:

- Planung
- Assessment
- Design
- Migration (Daten, Workloads)
- Betrieb und dessen laufende Optimierung.

Teilweise haben MPCP auch Zertifizierungen für einzelne Anwendungen, beispielsweise aus dem Microsoft-, Oracle- oder SAP-Universum. In diesem Fall kann der MPCP auch Betriebsverantwortung auf Applikations-Ebene übernehmen. Je nach gewähltem Support-Level kann dann das komplette Management von der Cloud-Infrastruktur des Kunden über Plattform-Services und Applikationen in die Hände der „Workload-Helden im Hintergrund“ gegeben werden. Bei der konkreten Vertragsgestaltung ist die Flexibilität groß. So können Service Level Agreements (SLAs) in Hinblick auf Reaktionszeiten im 24/7-Support beispielsweise in einem Vereinbarungskorridor zwischen vier Stunden bis hin zu 15 Minuten Antwortzeit liegen. Die Vertragsgestaltungsmöglichkeiten wurden in den letzten Jahren tendenziell konkreter in der Definition von Verantwortlichkeiten sowie flexibler in der möglichen Ausgestaltung. Der oben erwähnte Fachkräftemangel ist in Kombination mit 24/7-Support-Angeboten auch



WER SIND DIE CLOUD-AKTEURE?

Unternehmen setzen nur zu rund einem Fünftel ausschließlich auf eigene Ressourcen, wenn es um den operativen Betrieb von Cloud-Plattformen als Teil der Firmen-IT geht. Vielmehr wird größtenteils eine „Dual-Provider Strategie“ umgesetzt (Grafik, rechts).

Besonders wichtig ist den Unternehmen bei der Auswahl ihrer Dienstleister, dass diese versiert im Betrieb von hybriden Infrastrukturen sind und sich als routinierte IT-Integratoren in dem Umfeld erweisen (Grafik, unten).

WELCHE EIGENSCHAFTEN UND KOMPETENZEN MÜSSEN DIENSTLEISTER HAUPTSÄCHLICH MITBRINGEN, UM ALS TRANSFORMATIONS- UND MANAGED-SERVICE-PARTNER IM KONTEXT VON PUBLIC CLOUD IN FRAGE ZU KOMMEN?

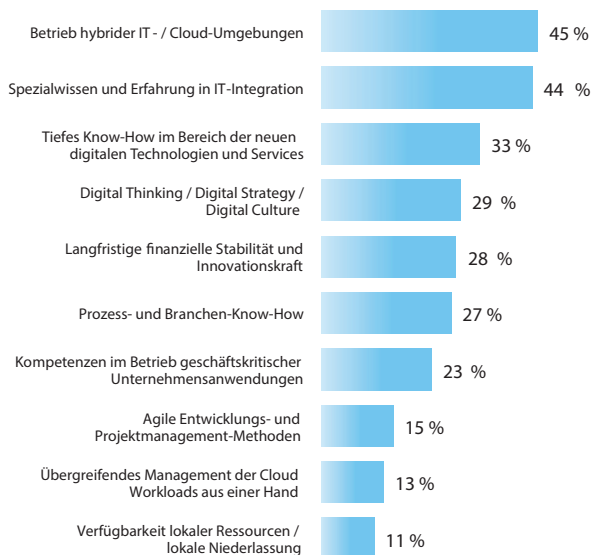


BILD: CRISP RESEARCH

deswegen schwer zu meistern, weil für einen Full-Service rund um die Uhr eine sehr große Anzahl an Spezialisten – mitunter auch für einzelne Applikationen – benötigt wird. Dies erklärt auch die Konsolidierungs- beziehungsweise Spezialisierungstendenzen im MPCP-Umfeld, von denen die Crisp-Marktforscher berichten. Partnerschaften spielen vor diesem Hintergrund in diesem Marktsegment ebenso eine wichtige Rolle. So weist der Crisp-Analyst Jan Mentel darauf hin, dass das Zusammenspiel von Cloud-Anbietern und Managed [Public] Cloud Providern zu Synergien führt. „Dabei kümmert sich der Managed Cloud Provider um den Betrieb sowie um die Migration von Applikationen und der Public-Cloud-Anbieter maßgeblich um die Bereitstellung der Infrastruktur-Ressourcen.“ So könne man die

WIE STELLEN SIE DEN OPERATIVEN BETRIEB AUF DEN PUBLIC-CLOUD-PLATTFORMEN SICHER?

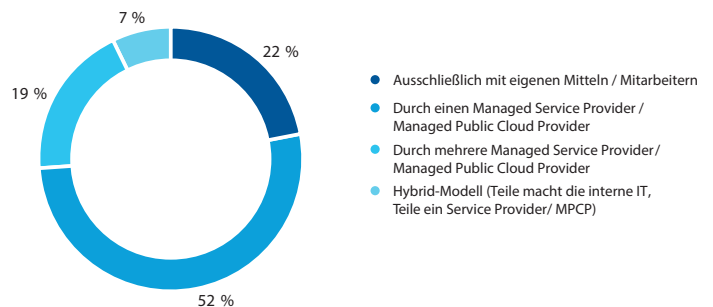


BILD: CRISP RESEARCH

geforderte Flexibilität und Agilität auf Seiten des Anbieters sowie die Implementierung und nachhaltige Unterstützung beim Betrieb auf Seiten der Provider garantieren. „Ein breites Ökosystem mit den Cloud-Anbietern zeichnet an dieser Stelle einen guten MPCP aus“, so Mentel.

Crisp Research hat in der Studie „Managed Cloud Innovation“ unter die Lupe genommen, wie Unternehmen den operativen Betrieb von Workloads und Applikationen auf Public-Cloud-Plattformen sicherstellen. Etwas mehr als die Hälfte (52 Prozent) der befragten Unternehmen gab an, dass ein einzelner „Managed Public Cloud Provider“, beziehungsweise ein einzelner „Managed Service Provider“ den Betrieb der Public-Cloud-Infrastrukturen übernommen hat. 19 Prozent setzen auf mehrere Dienstleister aus diesem Anbieter-Segment. 22 Prozent decken diesen Bereich im Tagesgeschäft ausschließlich mit eigenen Mitteln und Mitarbeitern ab (siehe Grafik). Außerdem wurden in der Umfrage die Eigenschaften und Kompetenzen abgefragt, die sich Firmenkunden von ihren Cloud-Dienstleistern wünschen, damit diese als MPCP für sie in Frage kommen. Gefragt sind demnach vor allem Kompetenzen beim Betrieb von hybriden Strukturen und Knowhow bei der IT-Integration (siehe Grafik). Unternehmen werden nach Crisp-Einschätzung künftig größtenteils auf eine Hybrid-/ Multi-Cloud-Strategie setzen. Im Anbieter- und Provider-Umfeld erzeugt dies den Druck, mit der Zeit zu gehen. Es sei mit Konsolidierung am Markt zu rechnen, aber auch damit, dass neue Akteure ins Spiel kommen.



Rolle der MPCP:
<http://bit.ly/MPCP-1>

Autor:
Dr. Stefan Riedl



Neue Wege gehen als NETGEAR Managed-Service-Partner: vom Fachhändler zum Anbieter von Managed Services

Die IT-Branche steht vor einer Transformation, die weitreichende Folgen vor allem für Fachhändler und Systemhäuser haben wird. Mit Insight Pro stellt NETGEAR jetzt ein Konzept zur Verfügung, das es ermöglicht, Network-as-a-Service anzubieten, um so integrierter Anbieter zu werden. Das unabhängige Analyse-Institut Miercom bestätigt, dass Insight Pro zahlreiche Vorteile gegenüber vergleichbaren Lösungen bietet, und zeichnet es mit dem Gütesiegel „Miercom Performance Verified“ aus. Die Analyse umfasste dabei Kategorien wie Management, Bereitstellung, Reporting, Support und Total Cost of Ownership.

NETGEAR präsentiert sein neues Managed-Service-Partnerprogramm für Fachhändler, um gemeinsam ins erfolversprechende Managed-Service-Geschäft einzusteigen und außerdem von einigen interessanten Vorteilen zu profitieren.

Ein smartes, cloudbasiertes Ecosystem bildet die Basis – kostengünstig und multifunktional. Insight Pro bietet eine cloudbasierte Geräte- und Netzwerk-Management-Plattform, über die



BILD: NETGEAR

unterschiedliche Kundennetzwerke zentral über ein einziges Konto verwaltet werden können. Es bedarf keiner weiteren Investition in zusätzliche Komponenten oder Software. Das Besondere an Insight Pro ist die Mehr-Mandantenfähigkeit, mit der verschiedene Kunden über einen Account betreut werden können. Auch hinsichtlich der Implementierungszeit ist Insight Pro sehr effizient: Die Netzwerk-Organisation kann in gerade mal zehn Minuten aufgebaut werden. Das Hinzufügen neuer Standorte erfolgt ebenfalls in Minutenschnelle. Die Vorteile sind offensichtlich: Die Fachhandels- und MSP-Partner können ganz unterschiedliche Netzwerke (bestehend aus NETGEAR Insight Produkten) zentral von jedem Ort und zu jeder Zeit über einen einzigen Account einrichten, verwalten und überwachen. Kleine Unternehmensnetzwerke, selbst an mehreren Standorten, werden auf diese Weise remote bereitgestellt und konfiguriert. Die Überwachungs- und Berichterstattungsfunktion ermöglicht es, Netzwerkprobleme der Kunden bereits in Angriff zu nehmen, noch bevor ein Anruf kommt. Als Network-as-a-Service-Anbieter gewährt Insight Pro Einblicke in Unternehmen, Standorte, Gerätestatus, WLAN-Einstellungen, PoE-Planung, Netzwerkspeicherstatus und Firewall-Updates für jeden Standort von überall und zu jeder Zeit. Dieser neue Service stärkt die Kundenbindung und führt damit auf lange Sicht auch zu mehr Ertrag und Gewinn.

Vom Hardware-Verkäufer zum Anbieter von Network-as-a-Service
Managed Services made by NETGEAR helfen dabei, kontinuierlich kalkulierbare Erträge zu erwirtschaften und einen loyalen Kundenkreis aufzubauen – dadurch steigt die Wettbewerbsfähigkeit. Teilnehmer des Programms „NETGEAR

Managed-Service-Partner“ werden bei ihrem Einstieg ins Managed-Service-Geschäft unterstützt und im Laufe des Prozesses zu autorisierten NETGEAR Managed-Service-Partnern. Damit profitieren sie von zahlreichen Vorteilen:

- ✓ Listung im Partner-Locator als NETGEAR Managed-Service-Partner auf der NETGEAR Webseite
- ✓ Direkter Kontakt zum NETGEAR Vertriebsteam
- ✓ 50 % Rabatt auf Demo- bzw. NFR-Geräte inklusive Insight Pro Abo für diese Geräte
- ✓ Zugang zu exklusiven Incentive-Programmen und Sonderaktionen
- ✓ Unterstützung beim Projektgeschäft inklusive Projektkonditionen
- ✓ Preisvorteile ab drei Insight Geräten
- ✓ Marketing-Developing-Fund für Case-Study-Projekte
- ✓ Coop-Fund für gemeinsame Marketingaktivitäten

Grundsätzlich kann jeder Fachhändler am NETGEAR Managed-Service-Partnerprogramm teilnehmen. NETGEAR Insight Pro ist in 15 verschiedenen Abonnements erhältlich, die nach Geräteanzahl und Laufzeit gestaffelt sind. Fachhandelspartner und MSPs können sich an das NETGEAR Fast-Track-Team wenden:

per Mail an fasttrack@netgear.com oder per Telefon unter 089 45242-9224. Weitere Informationen zu NETGEAR Insight Pro finden Sie hier.

<https://www.netgear.de/insight/reseller.aspx>

NETGEAR
Managed Service
Partner



BILD: NETGEAR



BILD: PATHDOC - STOCK.ADOBE.COM

Mit Cloud-Kommunikation gegen Sprachverwirrung

Eine effiziente Kommunikation zwischen den Mitarbeitern eines Unternehmens führt zu mehr Flexibilität, Mobilität und Produktivität. Managed Communication Services aus der Cloud wie UCaaS und CPaaS können hier helfen.

Bedingt durch die Digitalisierung verliert der physische Ort, an dem Arbeitsleistung erbracht wird, immer mehr an Bedeutung. Um den Wandel vom Schreibtisch zum Digital Workplace zu vollziehen, müssen Unternehmen ihren Mitarbeitern das richtige Werkzeug an die Hand geben. Das Stichwort lautet „Unified Communications“ (UC) und führt verschiedene Anwendungen wie Internet-Telefonie, E-Mails, Instant-Messaging oder Conferencing auf einer übersichtlichen Oberfläche zusammen.

UC-Tools werden bisher in Unternehmen eher zurückhaltend genutzt. Der Grund hierfür soll darin liegen, dass diese bisher nicht beziehungsweise nur unzureichend in die bestehenden Geschäftsanwendungen integriert wurden. Durch eine Verankerung der UC-Lösung im Backend des eigenen geschäftskritischen Systems wie im ERP oder CRM können Mitarbeiter jedoch innerhalb eines Unternehmens produktiver arbeiten. Beziehen Firmen im Zuge der Digitalen Transformation diese Dienste zur Miete aus der Cloud, nennt man das „Unified Communications as a Service“ (UCaaS). Nutzer können dann ortsunabhängig und mit jedem beliebigen Gerät arbeiten.

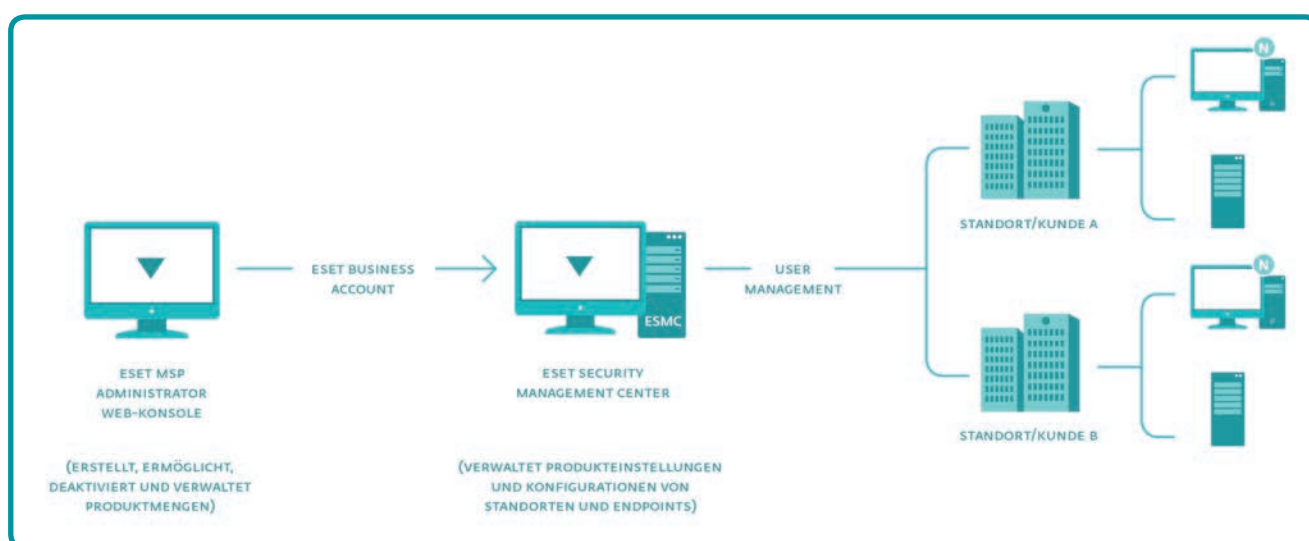
Möchten Unternehmen ihre UC-Lösungen noch um individuelle Funktionen und Applikationen für die spezifischen Anforderungen ihrer Branche erweitern, setzen sie auf „Communications Platform as a Service (CPaaS)“. Dabei handelt es sich um einen Service, der es Entwicklern über eine Cloud-basierte Plattform ermöglicht, Echtzeit-Kommunikationsfunktionen wie Textnachrichten, Sprache und Video in ihre eigenen Applikationen zu integrieren, ohne eine Backend-Infrastruktur bauen oder ein eigenes Interface programmieren zu müssen. Darüber hinaus ist bislang beim Zugriff auf Business-Anwendungen häufig ebenfalls ein VPN-Zugriff erforderlich. Bei modernem CPaaS erfolgt durch die Integration der UC-Lösung in die Geschäftsprozesse der Zugriff – auch von mobilen Endgeräten – auf interne Geschäftsapplikationen wie SAP jedoch ohne VPN. CPaaS-Anbieter unterscheiden sich von herkömmlichen Mobilfunkanbietern. Sie bieten Entwicklern über ihre API die Möglichkeit, Kommunikationsdienste selbst zu erstellen. Da CPaaS Cloud-basiert vom Netzbetreiber gestellt wird, müssen Firmen nicht mehr für jede neue entwickelte Funktionalität beträchtliche Summen in die Infrastruktur stecken. Auch greifen sie auf skalierbare Lösungen zurück,



ESET Managed Service Providing: Automatisierung der Extraklasse!

Von Lizenzen bis zu Endpoints, alles zentral verwaltet

Effizienter, schneller, innovativer und kostensparender: Immer mehr Service Provider nutzen die Chancen der zunehmenden Digitalisierung zu ihren Gunsten. Rückenwind erhalten Sie im Bereich IT-Security von ESET – mit ausgezeichneten Tools und Services.



IT-Pionier mit umfassendem Portfolio

ESET liefert, was sich Handelspartner wünschen und das mit Erfolg: Mit dem zentralen Management für alle Business Produkte und dem Lizenzmanagement speziell für Service Provider gehört ESET zu den führenden Anbietern für Endpoint Security Services in Europa.

Das perfekte Zusammenspiel von Management-Tools und eingesetzten Produkten vereinfachen das tägliche Business von MSP jeglicher Größe. Auch kleinere Anbieter profitieren vom sehr hohen Automatisierungsgrad „out of the box“ und können ressourcenschonend umfassende Managed Security Services offerieren.

Partnerschaft ist Trumpf

Als engagierter IT-Reseller haben Sie jetzt die Möglichkeit, dieses Potential für ihr Unternehmen und ihre Kunden zu nutzen. Seit über 25 Jahren von privaten Inhabern geführt, fokussiert ESET ausschließlich indirekte Vertriebsstrukturen. „Partnervertrieb“ ist keine Worthülse, sondern wird täglich gelebt: Dies beginnt bei den vielfach ausgezeichneten Produkten, die ein einfaches Handling

gepaart mit hoher Automatisierung bieten und endet bei individueller Betreuung durch unsere Mitarbeiter.

Hohe Flexibilität bei Preis und Leistung

ESET offeriert die Möglichkeit des Managements über OnPremise und Cloud. Partner profitieren von einem ultraflexiblen Lizenzmodell, das sogar auf Knopfdruck pausiert. Die Abrechnung der Lizenzen erfolgt tagesaktuell und für den Handelspartner ohne Vorinvestition. TOP-FAKT für Kunden: Ob Endpoint, Server oder mobiles Gerät, es gilt immer derselbe Preis. Treten technische oder vertriebliche Fragen auf, hilft der ausgezeichnete, deutschsprachige Support.

Passend für Ihre Arbeitsumgebung

Für Managed Service Provider punktet ESET darüber hinaus durch Plattformunabhängigkeit und offene Schnittstellen zur Anbindung an nahezu aller ERP- und SIEM-Lösungen. Mit Plug-Ins und Integrationen zu RMM und PSA-Tools wie Autotask, ConnectWise, Kaseya, Solarwinds und Server-Eye hebt sich ESET deutlich vom Angebot der Mitbewerber ab.



BILD: PROSTOCK-STUDIO - STOCK.ADOBE.COM

statt wie früher auf Basis von Prognosen in den künftigen Bedarf zu investieren. Apps, die auf APIs beruhen, lassen sich schneller und zu einem Bruchteil der Kosten selbst programmierter Anwendungen entwickeln und implementieren. Zudem ist es deutlich einfacher, ein Kommunikationssystem einzuführen, wenn man sich auf eine vorhandene Infrastruktur beziehen kann.

Greifen Unternehmen auf UCaaS oder CPaaS zurück, haben sie die Möglichkeit, schneller und flexibler neue UC-Tools zu implementieren und bereitzustellen, wodurch Investitions- sowie Betriebskosten reduziert werden. Doch neben den Vorteilen ergeben sich auch Schwierigkeiten wie die schnelle Bereitstellung der neuen Dienste sowie ihr Schutz vor neuen Sicherheitsbedrohungen. Hier kommen Managed Service Provider (MSPs) ins Spiel, die mit ihren Cloud-basierten Tools die Installation sowie den Betrieb von Netzwerken sicherer, verständlicher, schneller, zuverlässiger und damit preiswerter gestalten.

Nicht jeder ist für Teamwork geschaffen. So stimmen deutsche Arbeitnehmer den Vorteilen von Teamarbeit mit Abstand stärker zu als ihre Kollegen aus den USA, Frankreich und Großbritannien.

Mit einer Cloud-basierten UC-Lösung legen Unternehmen in der modernen Arbeitswelt die Basis dafür, in virtuellen Teams Projekte voranzutreiben und ihre Produktivität zu steigern. Jedoch gestaltet der Einsatz von UCaaS und CPaaS nicht nur die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern effizienter, auch die Verständigung mit dem Kunden wirkt sich durch eine intensivere, personalisierte Ansprache positiv auf die Unternehmensentwicklung aus. Denn auch für Endkunden verändert sich die Art der Kommunikation und wird immer vielfältiger und moderner, je stärker Kommunikationslösungen und andere Software-Anwendungen miteinander verschmelzen.

Auch gewinnt im Zeitalter des Internet of Things (IoT) neben einer einwandfreien menschlichen Kommunikation auch die Machine-to-Machine-Kommunikation an Relevanz. Denn im Rahmen des IoTs und der daraus folgende Kommunikation zwischen Anwendern, Maschinen und Daten werden neue Kollaborationsformen entstehen, die es gilt, im Unternehmen zu integrieren.



UCaaS mit SD-WAN:
<http://bit.ly/UCaaSundSDWAN>

Autor:
Sarah Böttcher



DEUTSCHE ARBEITEN GERNE IM TEAM, NUTZEN ABER KAUM UC-TOOLS

Das Arbeitsmanagement-Unternehmen Wrike untersuchte in seinem „Happiness Index 2019“, wie glücklich deutsche Arbeitnehmer im internationalen Vergleich sind. Dazu wurden rund 4.000 Vollzeitbeschäftigte aus Deutschland, Großbritannien, Frankreich und den USA befragt – unter anderem über die Zusammenarbeit im Team. Während Deutsche im Teamwork Vorteile sehen, sind die anderen Nationen da eher zurückhaltend: So bejahen 82 Prozent der Deutschen Aussagen wie „Teamarbeit steigert meine Produktivität“. An zweiter Stelle befürwortet Frankreich mit 77 Prozent die Zusammenarbeit, gefolgt von den USA (75 %) und Großbritannien (67 %).

Obwohl die Deutschen gerne in Teams arbeiten, ist die Zusammenarbeit über Collaboration-Tools hierzulande eher zurückhaltend: Im Vergleich zu den Briten (12 %), den US-Amerikanern und den Franzosen (beide 11 %) gaben 19 Prozent an, noch nie mit Kollegen, die in anderen Büros oder im Home Office sitzen, zusammengearbeitet zu haben. Auch die Popularität von Remote-Zusammenarbeit ist in Deutschland vergleichsweise gering: Nur 25 Prozent der befragten Bundesbürger finden „es klappt wunderbar“ – in den USA sind es mehr als doppelt so viele (51%). Auch Frankreich (36%) und Großbritannien (30%) liegen hier vor Deutschland.

INGRAM MICRO | SERVICE PROVIDER BUSINESS



Acronis – Data Cloud

Eine einzige Lösung, damit Sie Ihren Kunden mehrere moderne Data Protection-Services anbieten können

Kaspersky – MSP

Vom Endpoint bis zum DataCenter – Security as a Service für Sie und Ihre Kunden

McAfee – MSP

Bieten Sie das komplette Security Portfolio als Provider an (Pay as you use)

Microsoft – SPLA, CSP

Kennen Sie schon die Möglichkeiten SPLA-Produkte durch CSP abzulösen?

Veritas – VSP

Backups automatisiert verwalten und vermieten

VMware – VCPP

Nehmen Sie mit NSX und vCloud auch Stagesysteme in Ihr Portfolio

Veeam – VCSP

Einfach anfangen – IaaS, BaaS, DRaaS oder alles als MSP in Ihrem Portfolio



BILD: SERGEY NIVENS - STOCK.ADOBE.COM

DaaS ist die Workplace-Zukunft

Mit Device as a Service (DaaS) soll künftig Computer-Hardware verstärkt als Dienstleistung verkauft werden. Ferner zählen Lifecycle-Services, Datenanalyse und proaktives Management zu dem neuen Vertriebsmodell.

Der digitale Workplace wandelt sich in Richtung flexibler Office-Konzepte mit Home Office und mobiler Arbeit. Die neuen Arbeitsmodelle erfordern flexiblere Vertriebs- und Servicekonzepte, wie sie Device as a Service (DaaS) verspricht. Dazu zählen nicht nur die Bereitstellung und der Service für die Hardware über deren komplette Lebensdauer hinweg, sondern auch proaktive Managementfunktionen und Nutzungsanalysen. Ein seit diesem Jahr besonders umfangreiches DaaS-Angebot hat HP im Programm. Die Vermarktung erfolgt über Partner und Distributoren.

HP Device as a Service wird in drei verschiedenen Stufen angeboten: Neben einer Standard-Stufe, die im Wesentlichen die individuelle Hardware abdeckt, bietet HP bei DaaS eine Enhanced-Stufe mit erweitertem Sicherheits- und Windows-Management sowie eine Premium-Stufe, bei der auch Applikationen mit verwaltet werden. Neben der eigenen Hardware führt HP Apple-Geräte im DaaS-Portfolio. Kunden können zu den iPhones oder iPads auch Macs und Zubehör ordern. Die Partner haben zudem die Möglichkeit, das HP-Angebot durch eigene Leistungen zu ergänzen und As-a-Service-Dienste von Distributoren zu

integrieren. Ein neues, webbasiertes Tool soll bei der Zusammenstellung des passenden DaaS-Angebots und des Finanzierungsmodells helfen und gleich als Schnittstelle für die Bestellung beim Distributor dienen. Bei allen Stufen der Lösung wird laut Hersteller die Auslastung der Geräte erfasst und so der Gerätepark an den Bedarf des Kunden angepasst.

Das Werkzeug für Analysen und Reports ist HP Tech Pulse. Die Technologie soll Kunden und Partnern die Möglichkeit geben, nicht nur Geräte von HP proaktiv zu managen, sondern auch die anderer Hersteller. Zusätzlich werden neben Windows 10 auch andere Betriebssysteme abgedeckt. So sollen Predictive Analytics für Android- und Mac-Geräte Probleme mit Festplatte und Akkus bereits im Vorfeld erkennen. Für Mac-Geräte bietet Tech Pulse zudem eine Funktion, die thermische Probleme proaktiv lösen soll. Kunden, die noch primär Windows 7 nutzen, bekommen von Tech Pulse Reports über die voraussichtliche Kompatibilität zu Windows 10, um eine Migration auf das aktuelle Microsoft-Betriebssystem zu erleichtern. Dazu kommen Verbesserungen bei der Inventarisierung, etwa durch das manuelle Hin-

Das DaaS-Angebot von HP umfasst umfangreiche Analysefunktionen der genutzten Hardware. Sie können von Partnern und Endkunden genutzt werden.

zufügen von Geräten, sowie eine Funktion, die potenzielle Schwachstellen auf BIOS-Ebene identifizieren soll. Schließlich bietet Tech Pulse laut HP eine Integration der von Microsoft erhobenen Telemetrie-Daten.

Mit dem Tech Café Market und dem Tech Café Walk-up Center verspricht HP einen effizienteren IT-Support, der die Helpdesk-Mitarbeiter entlastet und die Anwender zufriedener macht. Der Tech Café Market setzt sich aus einer Art Verkaufsautomat für Verbrauchsmaterialien und Zubehör sowie einem Schließfachsystem für zu reparierende Geräte zusammen. Mit dem Automaten können Zubehörteile wie etwa Mäuse oder Kopfhörer und häufig benötigte Verbrauchsmaterialien durch die Verknüpfung mit Mitarbeiterausweisen automatisch den passenden Kostenstellen zugewiesen werden. Ausgaben lassen sich in Echtzeit analysieren. Über die Schließfächer mit personalisierter Zugangskontrolle können defekte Geräte rund um die Uhr für die Reparatur abgegeben und wieder abgeholt werden. Das Tech Café Walk-Up Center ist ein Kundendienstzentrum, bei dessen Einrichtung und Betrieb HP Hilfestellung leistet. Das Angebot umfasst die Planung und Einrichtung der Räumlichkeiten, Schulungen für die IT-Mitarbeiter der Kunden oder Partner und sogar den Einsatz von HP-Kundendienstmitarbeitern.



BILD: HP

Für die DaaS-Vermarktung setzt Susanne Kummetz, Director Commercial Channel and Mid-market Sales bei HP, besonders auf diejenigen Partner, die HP mit der Übernahme der Samsung-Printersparte gewinnen konnte und die sich nun zusätzlich für das Geschäft mit Computern zertifiziert haben. Laut Kummetz sind diese Händler gegenüber dem Device-as-a-Service-Geschäft aufgeschlossen, da Managed Services für sie zum Alltag gehören. Zudem seien viele dieser Partner regional orientiert und hätten Kunden aus dem SMB-Umfeld, die HP bislang nicht adressieren konnte. Die Partner wiederum hätten nun die Möglichkeit, auch Kunden mit Standorten in anderen Regionen zu erreichen, da sie dort für den Service auf HP-Strukturen zurückgreifen können.



Mehr unter:
<http://bit.ly/ITB-DWorkplace>

Autor:
Klaus Länger



SERVER AS A SERVICE: LENOVO TRUSCALE

Mit Lenovo TruScale bekommen die Kunden Zugriff auf das gesamte Lenovo-Hardware-Portfolio für das eigene Rechenzentrum sowie die zugehörigen Services, bezahlen aber auf Basis eines flexiblen Abo-Modells nur die von ihren Workloads tatsächlich genutzten Ressourcen. Deren Ermittlung erfolgt über eine Metering-Lösung, die ohne Zugriff auf Daten des Nutzers auskommt, da sie den Stromverbrauch auswertet. TruScale deckt Installation, Bereitstellung, Verwaltung, Wartung und Rückgabe der Hardware ab, die in einer monatlichen Rechnung enthalten sind. Über ein Dashboard können die Kunden oder ihr Systemhaus den Ressourcenverbrauch in Echtzeit über-

prüfen. Für einen störungsfreien Betrieb sollen eine Fernwartung rund um die Uhr und ein proaktives Management sorgen. Während der Vertragslaufzeit ist ein Upgrade auf neuere Hardware möglich. Damit soll das Hardware-as-a-Service-Angebot die Flexibilität einer Cloud-Lösung mit der vollständigen Herrschaft über die eigenen Daten verbinden. Die Kunden haben die Möglichkeit, die vertraglich vereinbarten Leistungen entsprechend den eigenen Anforderungen flexibel zu erhöhen oder zu verringern. Der Verkauf von TruScale erfolgt laut Dieter Stehle, General Manager Datacenter Group Central Region, über die Partner und die Abwicklung über die Distribution.

MFP wird MSP-Plattform

Von Konica Minolta kommt ein Multifunktionsprinter, der mehr sein will: Der „Workplace Hub“ soll als IT-Services-Allrounder in Firmen etabliert werden.

Konica Minolta ist seit 140 Jahren in der Tech-Branche unterwegs. Aus den Anfängen im Kamera-Segment entwickelte sich die Printer als Schwerpunkt heraus. Das japanisch-stämmige Unternehmen ist im Rahmen der Konica Minolta Holdings in der optischen Industrie sowie der Medizin-, Büro- und IT-Technologie beheimatet. Aktuell findet in der IT-Sparte des Unternehmens ein Wandel statt, den Johannes Bischof, Geschäftsführer der Konica Minolta Business Solutions Deutschland und Österreich, folgendermaßen skizziert: „Als Konzern, der sich immer wieder neu für die Zukunft aufstellt, nehmen wir zur Kenntnis, dass der Trend hin zur papierlosen Arbeit durch die Digitalisierung von Unternehmensprozessen im Printing-Bereich tendenziell Umsätze kostet. Dem tragen wir mit dem Aufbau neuer Produktsegmente wie dem Workplace Hub konzeptionell und produktseitig Rechnung.“

Bernd Goger ist Geschäftsführer der konzern-eigenen Systemhaustochter Konica Minolta IT Solutions. Zum 1. April wurde diese Tochter eingegliedert, oder um es formaljuristisch korrekt zu sagen: Zum April fusionierten die Unternehmen organisatorisch, und am 1. Juli wird rückwirkend zum 1. April rechtlich fusioniert. Hintergrund für diese „Zeitschleife“ sind bilanztechnische Gründe. „Konica Minolta IT-Solutions ist aus dem übernommenen Systemhaus Raber & Märker heraus entstanden. Auch nach der Übernahme hatten die drei Säulen Business Software, IT-Infrastruktur und IT-Security Bestand“, so Goger. Allerdings spielten Managed Services eine zunehmend wichtige Rolle im Tagesgeschäft, das sich tendenziell immer weiter vom klassischen Lizenz-Geschäft mit Dienstleistung hin zum reinen Services-



Ansatz wandelt. An diese Entwicklung knüpft der Workplace Hub an. „Einer der Grundgedanken hinter dem Workplace Hub ist, dass wir mit einem großen MFP-Gerät bereits einen Quadratmeter mit einer vernünftigen Netzwerkanbindung bei unseren Kunden vorzuweisen haben. Darauf haben wir aufgebaut“, verrät Goger. Daraus entstand das Konzept einer standardisierten IT-Plattform namens

Workplace Hub als Basis für IT-Services bei Kunden von MSP. In Kooperation mit HPE wurde dafür im Chassis gleich ein Server untergebracht, um auch Applikationen

gemanagt anbieten zu können.

Den Workplace Hub mit besagtem HPE-Server gibt es entweder in Gestalt eines MFPs oder als Rackmount-Version. Von der Plattform her sind beide identisch. Über das System können beispielsweise folgende Applikationen, beziehungsweise Funktionen ausgespielt werden: Backup, User-Verwaltung, Updates, Managed WiFi inklusive Gastzugänge, Sharepoint-basierte Collaboration, Office 365 und Managed-Security-Funktionen in Kooperation mit Sophos. Bischof taxiert: „Die monatlichen Kosten liegen für den Kunden typischerweise zwischen 1.200 und 3.000 Euro.“ Zunächst will Konica Minolta vorrangig KMUs als Zielgruppe adressieren; später sollen Lebensmittelketten oder auch Versicherungsagenturen sowie andere Filialbetriebe in den vertrieblichen Fokus rücken. „Bei beiden Zielgruppen brauchen wir Systemhauspartner“, stellt Bischof klar.



Digital Workspace:
<http://bit.ly/DigitWS>

Autor:
Dr. Stefan Riedl



HOSTING & SERVICE SUMMIT 2019 PROVIDER



23. / 24. Mai | Frankfurt am Main | Villa Kennedy



Customer Insights



Keynotes



Peer References



Roundtables



One-on-One Meetings



Awards

GREAT MINDS. GREAT DISCUSSIONS.

**Erfolgsfaktoren
für Service Provider:
Größe oder Nische?**

Moderator:
Prof. Dr. Oliver Hinz



**IT-Sicherheit:
Hoher Anspruch für
die Praxis?**

Moderator:
Prof. Dr. Peter Bräutigam



**Customer Challenge:
Zusammenspiel zwischen
Kunde & Service Provider**

Moderator:
Dr. Gerhard Koch



**Micro Alliances:
Partnerschaften in Zeiten
der Digitalisierung**

Moderator:
Michael Hase



Tauschen Sie sich in kleiner Runde
mit anderen Top-Managern und
unseren Experten zu ausgewählten
Fragestellungen aus.

Als VIP teilnehmen!
www.hspsummit.de/vip

Eine Veranstaltung der  **VOGEL IT AKADEMIE**

PREMIUM-PARTNER



BASIC-PARTNER



MEDIEN- & TECHNOLOGIE-PARTNER



Firma	Seite	Firma	Seite
A1 Digital Deutschland GmbH	18, 19	LANCOM Systems GmbH	9
acmeo GmbH	2	NETGEAR Deutschland GmbH	25
Eset Deutschland GmbH	27	noris network AG	21
GSD Remarketing GmbH & Co. KG	15	Securepoint GmbH	13
INGRAM MICRO Distribution GmbH	29	Sophos Technology GmbH	36
KOMSA Kommunikation Sachsen AG	5	Vogel IT-Akademie	33, 35



CLOUD 2019

TECHNOLOGY & SERVICES

C O N F E R E N C E

» **TAKE THE LEAD IN CLOUD**

MIGRATION / TRANSFORMATION

MANAGEMENT

SECURITY

INNOVATION / FUTURE

PERSPECTIVE / CHALLENGE



10.09. Bonn



17.09. Hanau



19.09. Hamburg



26.09. Garching

» **Jetzt voranmelden!** www.cloudcomputing-conference.de/voranmeldung



Sophos MSP Connect

EIN Sicherheitsanbieter: komplett für Endpoint- und Netzwerklösungen

EIN Management Dashboard: zeigt alle Sicherheitslizenzen an

EIN flexibles Programm: vereinfacht Abrechnung & Verwaltung

Jetzt als MSP-Partner durchstarten:
www.sophos.de/msp



Platin-Award „Enterprise Network Firewalls“ von SecurityInsider



Platin-Award „Identität und Sicherheit“ von eGovernment Computing



Platin-Award „Endpoint Protection Plattform (Epp)“ von SecurityInsider



ITK-Produkte des Jahres im Bereich „Cybersecurity“ von der Funkschau



„Hersteller des Jahres Security“ von dem Channel-Fachmagazin CRN

SOPHOS
Cybersecurity made simple.