

MANAGED SERVICES

CHANNEL
GUIDE



Firewalls und Multifaktor-Authentifizierung zum Preis Ihres morgendlichen Kaffees

Flexibilität und Sicherheit für Managed Services



BEWÄHRTE PRODUKTQUALITÄT

Monatliche Bereitstellung erstklassiger Hardware und Services
Für alle Firebox Tabletop- und Rackmount-Modelle der T- und M-Serie
Für den Multifaktor-Authentifizierungs-Service WatchGuard AuthPoint™



KEINE MINDESTLAUFZEIT

Pay-as-you-go auf monatlicher Basis, ohne Laufzeit
Monatlichen Abrechnungen mit 3-jähriger Laufzeit



KEINE VORABKOSTEN FÜR HARDWARE

Hardware ist mit Dienstleistungen in einem monatlichen Preis gebündelt
Beim Monatsabo kann bei Bedarf pausiert oder gekündigt und die Hardware zurückgegeben werden



AUTOMATISCHE VERLÄNGERUNG

Die Abrechnung erfolgt automatisch jeden Monat mit einer Einzelrechnung, bis das Abonnement unterbrochen oder gekündigt wird



EINFACHE EINFÜHRUNG UND VERWALTUNG

Online-Bestellungen mit nur wenigen Mausklicks auf dem Cloud-Marketplace des Distributors
Aktivieren, Pausieren und Abspielen über das Managementportal für Abonnements



+49 (700) 9222 9333

vertrieb@watchguard.com

Unsere Distributionspartner





Einmal Cloud, immer Cloud?



Sarah Böttcher, Redakteurin &
Online CvD IT-BUSINESS

Nur jedes dritte Unternehmen in der EU nutzt dem Statistischen Amt der Europäischen Union zufolge derzeit die Cloud. Gar nicht mal so viel, wie ich finde. Macht sich nach der anfänglichen Cloud-Skepsis, der darauffolgenden Cloud-Akzeptanz nun langsam aber sicher ein Cloud-Stopp oder gar eine Cloud-Flucht bemerkbar?

Auf den hektischen Cloud-Aktionismus, der sich auch bedingt durch die Corona-Pandemie im ITK-Channel breit gemacht hat, scheint ein Zurückrudern zu folgen. Einige Gründe, warum Unternehmen, die anfangs in die Wolke geprescht sind, nun einen Schritt zurück machen, sind überzeugend: Es fehlt an Fachpersonal und Knowhow, und die steigende Komplexität treibt die Kosten für eine Cloud-basierte Infrastruktur in schwindelerregende Höhen.

Unternehmen verlieren zunehmend die Kontrolle über ihre Cloud-Infrastruktur. Das treibt sie in die Hände von Service Providern, die ihnen, wenn sie nicht gerade selbst mit der Vielschichtigkeit der Cloud zu kämpfen haben (siehe S. 6), dabei helfen, die richtigen Cloud-Plattform für ihre Bedürfnisse zu finden. Es scheint fast so, als sei der Grund, in die Cloud zu migrieren, bisher der falsche gewesen. Sollten nicht die Bedürfnisse des Unternehmens im Mittelpunkt stehen, statt die Cloud selbst? Schließlich sollte die Nutzung der Wolke kein Selbstzweck sein, sondern nur ein, wenn auch vielleicht immer notwendiger werdendes, Mittel zum Zweck.

Ich wünsche Ihnen
eine aufschlussreiche Lektüre!

Sarah Böttcher

sarah.boettcher@it-business.de

IT-BUSINESS

CHANNEL GUIDE

Managed Services



Wie viel an Managed Services soll es sein?

Das klassische Systemhausgeschäft befindet sich an einem Scheideweg: Professional Services bringen hohe Margen mit sich, Managed Services gehört allerdings die Zukunft. Für welche Service-Welt entscheidet sich das Gros der Systemhäuser?

6



Uneinnehmbar wie eine Festung

Wenn es um Security geht, ist das ein Wunschtraum, dem man sich allerdings durchaus annähern kann. 18



UCaaS findet Gehör

Kommunikationstools boomen, und mit ihnen auch Managed Communication Services. 24



Notebook, PC und Smartphone als Service

Device as a Service ist bei Endgeräten weit mehr als nur ein anderer Name für das Leasing. 30

Zwischen zwei (Service-)Welten 6

An Managed Services führt kein Weg vorbei. Doch ist ein reines Managed-Services-Portfolio der richtige Weg?

Zahlen und Fakten 12

Managed Services nehmen durch die Corona-Pandemie deutlich Fahrt auf.

MSP-Programme 14

Was Hersteller versprechen und was bisher für den Channel umgesetzt worden ist.

Ein Bollwerk der Sicherheit 18

Security Services sind die Antwort auf eine sich verändernde IT-Welt.

Managed Security Services 20

Wie die Distribution den Service Providern den Rücken stärkt und beide Seiten von dem Modell profitieren.

Das Rückgrat der IT 22

Netzwerke und die Anforderungen an sie ändern sich rasant. An Managed Services führt kein Weg vorbei.

Kommunikation aus der Cloud 24

Mit der Corona-Pandemie haben Managed Communication Services an Bedeutung gewonnen.

MPS in Zeiten des Homeoffice 26

Durch das Homeoffice müssen MPS-Anbieter noch mehr in Richtung Dokumentenmanagement gehen.

Bewährungsprobe für RMM-Plattformen 28

Eignen sich Tools für Remote Monitoring & Management (RMM) bereits für die Überwachung der Cloud?

Das Notebook als Service 30

Device-as-a-Service-Angebote gibt es auch für Endgeräte. Meist gleich mit cloudbasiertem Management.

StaaS in der Cloud und im Datacenter 32

Storage wird immer mehr zum Service. Und zwar in der Cloud und im eigenen Datacenter.

Impressum 34

Das einfachste Security Tool für den Mittelstand

Mit **ENGINSIGHT** schützen Sie sich vor externen und internen Sicherheitsrisiken, die Ihre Unternehmenswerte bedrohen – bestätigen auch erfahrene IT-Sicherheitsberater.



DAS NEUE SECURITY-TOOL FÜR DEN DEUTSCHEN CHANNEL!

Mit 100% Mandantenfähigkeit – egal ob in der Cloud oder On-Premises – sowie einem individuellen Rollenkonzept steht Ihnen aus Management-Sicht erstmal nichts im Wege.

ENGINSIGHT bietet Ihnen den Technologieschritt zur Weiterentwicklung Ihrer IT sowie ein tragbares und einfaches Geschäftsmodell.

Mit ENGINSIGHT können Sie ein Produkt in Ihr Portfolio aufnehmen, das auf die Anforderungen Ihrer Kunden aller Größen und Branchen sinnvolle Antworten findet.

Fangen Sie doch einfach beim Pentest an: Nach einem Tag haben Sie die IT Ihres Kunden gescannt, die

Plattform aufgesetzt und Ihren Auftraggeber bei ein paar Tassen leckeren Kaffee gleich noch etwas besser kennengelernt.

Nun wissen Sie beide um den Zustand der IT und welche Handlungen Sie als Dienstleister ausführen können. Da die Plattform nun sowieso beim Kunden steht, ist der Weg zum Managed-Service-Vertrag nicht mehr weit.

Ihr Auftraggeber schaut sich danach nur noch die Dashboards an und sieht auf einen Blick, auf welchem Niveau seine Security liegt. Perfekt für Übersichts-ITler und die gesamte Geschäftsführung.



„Dank ENGINSIGHT haben wir uns vom Unternehmensberater zum vollumfänglichen IT-Berater entwickelt und können unsere Kunden nun ohne Abhängigkeit von Drittanbietern betreuen. Was für unsere Auftraggeber die perfekte Rundumlösung ist, ist es auch für alle anderen mittelständischen Unternehmen.“

PATRICK ANDREAS
GESCHÄFTSFÜHRER ACM CONSULTANTS GMBH

DAS BIETET IHNEN ENGINSIGHT

- + **Mandantenfähig**
- + **Schnelle Installation** (ca. 1h)
- + **Automatisches Pentesting –**
Perfekt für Ihre Kundenakquise
- + **Websecurity-Scan**
in nur wenigen Sekunden
- + **Intrusion Detection System**
- + **Security-Patchmanagement**
- + **Keine Hardware nötig**
- + **100% Made in Germany**
- + **Chef wir haben keinen Platz mehr!**
Ja, dann schreib einfach:

KOSTENLOS TESTEN
UNTER [ENGINSIGHT.COM](https://enginsight.com)

Zwischen zwei (Service-)Welten

An Managed Services führt kein Weg vorbei. Doch geht mit dem Bereitstellungsmodell auch eine Transformation einher, die den ITK-Channel auf den Kopf stellt. Für Systemhäuser stellt sich die Frage: Wie viel Managed Services soll es sein?

Ist die Abkehr vom klassischen Systemhausgeschäft zugunsten eines reinen Managed-Services-Portfolios der richtige Weg?

Die Cloud ist im Channel angekommen.

Inzwischen setzen laut einer Studie des Bitkom Research 76 Prozent der deutschen Unternehmen auf Cloud Computing. Mehr Effizienz und Flexibilität sowie ein höheres Tempo treiben Unternehmen dazu an, Workloads in die Cloud zu migrieren. Denn Cloud Services skalieren einfacher, verlangen nicht nach ständigen Investitionsanträgen und geben Zugang zu innovativen Technologien. Die Vorteile einer Cloud-Infrastruktur sind mannigfaltig, das Handling wird allerdings von Tag zu Tag komplexer. Weltweit sind demnach drei Viertel aller Unternehmen mit der Cloud überfordert, so die Ergebnisse einer Vanson-Bourne-Umfrage. Die Chance für Service Provider: Denn aufgrund der steigenden Komplexität der ITK-Systeme, der zunehmenden Bedrohungen aus dem Netz, der höheren Cloud-Akzeptanz und dem Fachkräftemangel treffen Managed Services den Bedarf vieler Kunden.

So steigt die Wahrnehmung und die Akzeptanz von Managed Services und damit auch ihre Bedeutung im täglichen Channel-Geschehen. Das bestätigen die Zahlen: Cloud-basierte As-a-Service-Abschlüsse verzeichneten vergangenes Jahr einen Quartalsrekord von 1,8 Milliarden Euro und damit eine Zunahme um 25 Prozent im Vergleich zum vierten Quartal des Vorjahres. Grund dafür ist den Analysten von ISG zufolge unter anderem, dass Unternehmen weiterhin mehr und mehr Aufgaben in die Cloud verlagern. Managed Services legten im Vergleich zum Vorjahresquartal um 14 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro zu. Das Vertragsvolumen wuchs um zwei Prozent auf zehn Milliarden Euro. Und ein Ende des Aufschwungs ist nicht in Sicht: Für das aktuelle Jahr prognostiziert ISG, dass der globale Markt für Cloud-basierte Services 2021 um 20 Prozent und der für Managed Services um drei Prozent wachsen werden.

Das enorme Potenzial hat das Gros der ITK-Akteure erkannt. Einige setzen nun sogar alles auf die Managed-Services-Karte. „Wir haben noch nie etwas verkauft – außer vielleicht mal ein Patchkabel“, betont Sven Launspach, CEO und Gründer von Kaemi,

der dem klassischen Systemhausgeschäft zugunsten eines reinen Managed-Services-Portfolios den Rücken gekehrt hat. Ein ausschlaggebender Grund für die Neuausrichtung war die verbesserte Kundenbindung: „MSPs verstehen die Painpoints ihrer Kunden besser, da sie näher am Kundengeschäft dran sind als klassische Systemhäuser“, betont Launspach. Das sieht auch Daniel Juhnke, Gründer und Geschäftsführer von Tec Networks, so: „Wir verwenden IT nicht zum Selbstzweck, sprich es muss immer ein Mehrwert für den Kunden entstehen. Und dieser ist deutlich größer, wenn wir durch Managed Services eine permanente Zusammenarbeit leben.“ Auch Juhnke hat mit seinem Unternehmen diesen Weg eingeschlagen und die dafür notwendige Transformation zum Managed Service Provider (MSP), an dem viele IT-Häuser noch laborieren, bereits hinter sich gebracht – allerdings nicht ohne einige grundlegende Veränderungen: „Wir sind Cloud-Spezialisten, und unsere gesamte Organisation macht nichts anderes mehr. Wir haben den Fokus gesetzt, andere Geschäftsbereiche abgebaut und eingestellt, anders wäre es aus unserer Sicht auch nicht gegangen, höchstens zu Lasten der Service-Qualität.“

Die Entscheidung zur strategischen Neuausrichtung fällt Systemhäusern allerdings nicht leicht, ist sie doch mit zahlreichen Hürden und einem enormen Kraftakt verbunden. Dennoch können klassische Systemhäuser am lukrativen Cloud-Geschäft nur partizipieren, wenn sie sich mit der notwendigen Konsequenz darauf einlassen. Die größte Hürde im Unternehmen liegt dabei im Umdenkprozess. Und zwar weg vom klassischen Projektgeschäft mit Marge, hin zu IT aus der Steckdose als Managed Service Provider. Dieser Change-Prozess fängt bei der Ansprache des Kunden an und zieht sich bis zu den Abrechnungsprozessen und den benötigten Skills der Mitarbeiter. Auch mit dem rasanten Wachstum des Cloud-Markts kongruent mitzuwachsen, fällt Service Providern oft schwer. Die größte Gefahr allerdings ist der Cashflow. Denn die Ertragssituation im MSP-Geschäft ist zwar deutlich besser, aber betriebswirtschaftlich gesehen haben Unternehmen zu Beginn erst einmal

BILD: KAEMI



Sven Launspach, Gründer und Geschäftsführer des „pure“ MSPs Kaemi

„Die Zukunft von IT-Services liegt eindeutig im MSP-Bereich. Denn MSPs verstehen die Painpoints ihrer Kunden besser, da sie näher am Kundengeschäft dran sind als klassische Systemhäuser.“

BILD: TEC NETWORKS



Daniel Juhnke, Gründer des „pure“ MSPs Tec Networks, macht auch mal eine Ausnahme.

„Wir verwenden IT nicht zum Selbstzweck, sprich es muss immer ein Mehrwert für den Kunden entstehen. Dieser ist deutlich größer, wenn wir durch Managed Services eine permanente Zusammenarbeit leben.“



BILD: BIZTEAM

Anton Braun, Geschäftsführer bei Bizteam, fühlt sich in beiden „Servicewelten“ wohl.

„Die Kombination beziehungsweise das Offering von Professional und Managed Services bietet ein hohes Kundenbindungspotenzial und somit einen nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil.“



BILD: MICHAEL HASE

Marc Hurrelmann, Geschäftsführer bei Midland IT, setzt auf einen Mix aus Professional und Managed Services.

„Nicht alle Produkte lassen sich heute sinnvoll monatlich mit geringen Wechselbarrieren als Managed Service umsetzen. Der Versuch, alles, was es gibt, in ein monatliches Modell zu kippen, scheint mir zu kaufmännisch betrachtet.“

deutlich weniger Geldmittel zur Verfügung. Vor allem historisch gewachsene Systemhäuser sind oft zu abhängig von den Einnahmen aus ihrem Projektgeschäft, als dass sie mit den geringeren, wenn auch monatlich wiederkehrenden Erlösen aus dem Cloud-Geschäft einfach über die Runden kommen können. So befindet sich jedes Systemhaus zu Beginn des Transformationsprozesses in einem Balanceakt zwischen hohen Einmal-Leistungen aus dem Projektgeschäft sowie wiederkehrenden, jedoch geringeren Erlösen aus dem Cloud-Business. Darüber hinaus büßen Systemhäuser Boni und Rabatte ein, wenn sie weniger Umsätze mit den Produkten ihrer angestammten Hersteller erzielen und in deren Partnerprogrammen abgestuft werden.

Vermutlich deshalb gibt es wohl aktuell auch wenige Systemhäuser, die wie Kaemi und Tec Networks auf das einmalige Projektgeschäft sowie den Verkauf von Komplettpaketen, bestehend aus Hard- und Software, verzichten und ausschließlich auf wiederkehrende Erlöse in Form von Managed Services aus der Cloud setzen. Doch nicht nur monetäre Gründe sprechen aus Sicht einiger Systemhäuser gegen ein reines Managed-Services-Portfolio. Manche Systemhäuser agieren bereits seit Jahrzehnten am Markt und haben gewachsene Strukturen gebildet, die nicht einfach so über Bord geworfen werden können. Eines dieser Systemhäuser ist beispielsweise Concat. Das Bensheimer Unternehmen startete 1990 am Markt, bietet seit 2003 Professional Services und führt seit 2013 auch Managed Cloud Services im Portfolio. Concat erzielte zuletzt einen Umsatz in Höhe von 154 Millionen Euro; rund 20 Prozent des Umsatzes entfielen dabei auf Managed Services. Vergleicht man diesen Anteil von Managed Services am Gesamtgeschäft mit Mitbewerbern, ist dieser noch relativ gering. Bei den Systemhauskollegen Bizteam und Midland IT macht dieser bereits zwischen 50 und 60 Prozent aus – mit steigender Tendenz.

Doch obwohl Managed Services einen gewichtigen Teil in ihrem täglichen Business ausmachen, haben auch sie sich gegen die

Transformation zu einem „reinrassigen“ MSP entschieden. Wie bei Launspach und Juhnke stand auch bei Bizteam-Geschäftsführer Anton Braun der Kunde bei dieser Entscheidung im Mittelpunkt. Doch Braun zufolge geht eine Transformation zu einem reinen MSP auf Kosten der Kunden. Er sieht in der Kombination beider Servicewelten eine größere Chance, potenzielle Kunden zu adressieren, aber auch bestehende nicht zu verlieren. Auch Stefan Tübinger, Leiter der Technik bei Concat, sieht im Mix von Professional und Managed Services einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil: „Als reiner Managed Service Provider zu agieren, würde uns einschränken, und wir könnten manche Lösungen, die Kunden nachfragen, nicht mehr bereitstellen. Das ist für uns keine Option. Denn trotz des Wachstums an Cloud Services gibt es in Deutschland noch zahlreiche Unternehmen, die beispielsweise aus Geheimhaltungs- und anderen Gründen eigene Systeme im Rechenzentrum betreiben oder betreiben lassen möchten. Und diese Kunden werden wir auch weiterhin mit allem bedienen, was sie an Hardware, Software und Netzwerktechnik benötigen.“

Auch Midland-IT-Geschäftsführer Marc Hurrelmann sieht Gründe, die gegen ein reines Managed-Services-Portfolio sprechen: „Viele Unternehmen sind gedanklich noch nicht bei einem monatlichen Abo-Modell angekommen. Strategisch gibt es immer noch viele Kunden, die sich davor scheuen operative Kosten zu erhöhen. Investiert wird dann, wenn Geld vorhanden ist.“ So scheint das Abo-Modell nicht nur zu einer Cashflow-Problematik auf Seiten der Systemhäuser, sondern auch ein Problem auf Seiten der Unternehmen zu sein. Darüber hinaus ergebe es keinen Sinn, jeden Workload in der Cloud abzubilden. Das wäre laut Hurrelmann zu kaufmännisch gedacht. „Das Angebot von Managed Services ist eine andere Art der Zusammenarbeit, mit anderen Anforderungen und Verpflichtungen.“

So unterschiedlich die Ansichten und Herangehensweisen beider Seiten auch sind, eines haben sie gemeinsam: Sie



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 „Endpoint Protection Plattform (EPP)“ von SecurityInsider



Gold-Award „Enterprise Network Firewalls“ von SecurityInsider



Platin-Award „Identität und Sicherheit“ von eGovernment Computing



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



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

SOPHOS
Die Evolution der Cybersecurity.



BILD: CONCAT

Für Stefan Tübinger, Leiter der Technik bei Concat, sind Professional Services wettbewerbsentscheidend.

„Als reiner Managed Service Provider zu agieren, würde uns einschränken, und wir könnten manche Lösungen, die Kunden nachfragen, nicht mehr bereitstellen. Das ist für uns keine Option.“



BILD: PLUSSERVER

Oliver Mauss, CEO bei PlusServer, empfindet Partnerschaften im Cloud-Zeitalter als essenziell.

„Unternehmen setzen verstärkt auf unterschiedliche Cloud Services, um dabei von den Stärken der einzelnen Anbieter zu profitieren. Die steigende technische Komplexität der Produkte macht Partnerschaften erforderlich.“

haben erkannt, dass die Akzeptanz auf der Anwenderseite bereits so gewachsen ist, dass sie die Cloud und Managed Services nicht ignorieren können. Doch ist die Grenze zwischen beiden Service-Welten vermutlich fließender als oft zugegeben wird: Manchmal kommt es bei dem „pure“ Managed Cloud Provider TecNetworks doch mal vor, dass klassische Professional Services erbracht werden. Allerdings gibt es dafür „eine klare Entscheidungsmatrix“. So erbringen die Friesen Professional Services nur, wenn es als Einstieg in ein Folgegeschäft mit Managed Services dient, wenn das Projekt aus technologischer Sicht interessant ist oder wenn „wir den Kunden so cool finden, dass wir zu der Zusammenarbeit einfach nicht Nein sagen wollen“, erklärt Juhnke. Summa summarum hat das Gros der Systemhäuser die Notwendigkeit, Managed Services im Portfolio zu führen, erkannt und bereits die Grundlagen für das Dienstleistungsmodell geschaffen. Dennoch erwirtschaften sie weiterhin einen mehr oder minder großen Teil mit klassischen IT-Leistungen. Laut dem IT-Servicepreisspiegel der Synaxon Akademie sind derzeit 38,67 Prozent der deutschen Systemhäuser mit dem Umbau ihres Geschäftsmodells beschäftigt.

Doch nicht nur Anwenderunternehmen, auch der ITK-Channel ist mit der steigenden Komplexität und Vielschichtigkeit der Cloud, aber auch mit der hohen Entwicklungsgeschwindigkeit überfordert. Know-how muss aufgebaut und kontinuierlich erweitert werden, und das mit dem wenigen Fachpersonal, das zur Verfügung steht. Laut Synaxon kämpfen 61,47 Prozent der Systemhäuser mit dem Fachkräftemangel. Da sich Managed Services zum Standardangebot entwickelt haben, müssen IT-Häuser, die sich im Markt behaupten wollen, ihre Komfortzone verlassen und sich vom Wettbewerb durch höherwertige, komplexere Services absetzen. Um diese wettbewerbsentscheidende inhaltliche Kompetenz aufzubauen, scheint eine Fokussierung unvermeidlich.

Tatsächlich setzt der Trend zum Cloud Computing viele ITK-Unternehmen unter Druck, das eigene Portfolio auf der einen

Seite um spezialisierte Cloud-Produkte zu erweitern und den Kunden auf der anderen Seite einen ganzheitlichen Service zu bieten. In diesem Kontext rücken strategische Partnerschaften in den Vordergrund. Unternehmen können so das eigene Angebot um Cloud-Produkte erweitern, ohne weitere Expertise außerhalb des Kerngeschäfts aufbauen zu müssen. „Partnerschaften sind absolut essenziell, um unseren Kunden ein ganzheitliches Produkt bieten zu können. Dabei geht es schon längst nicht mehr nur darum, die jeweiligen Produkte komplementär anzubieten. Die immer steigende technische Komplexität der Produkte macht es erforderlich, dass wir in Kooperationen mit unseren Partnern eigene Gewerke für die speziellen Problemstellungen entwerfen“, betont Oliver Mauss, CEO des Managed Cloud Providers PlusServer.

Das beobachtet auch Hubert Schweinesbein, Director EMEA Partner Programs & Development bei Red Hat: „IT-Projekte werden zunehmend schwieriger, auch für mittelständische Unternehmen und deren Systemhäuser. Einzelne Systemhäuser können die Komplexität solcher an sich ‚nicht sehr großen‘ Projekte häufig nicht mehr allein stemmen und schließen sich mit anderen zusammen.“ Der Grund dafür liege nicht nur in der technischen Vielschichtigkeit, denn auch Business- und Abrechnungsmodelle erfordern teilweise explizites Wissen, gerade wenn die Lösung eine Kombination aus Hard- und Software, On-Premises- und Cloud-Infrastrukturprodukten von vielen Herstellern erfordert. Häufig schließen sich deshalb Partner mit unterschiedlichen Schwerpunkten zusammen, um den reibungslosen Ablauf von Projekten zu gewährleisten. „Grundlegende Voraussetzung für den Erfolg solcher Partnerschaften sind klare ‚Rules of Engagement‘, gegenseitiges Vertrauen für den Bereich der Zusammenarbeit, aber auch das Verständnis dafür, in anderen Geschäftsfeldern trotzdem Wettbewerber zu sein“, unterstreicht Schweinesbein.



EMEA ISG Index:
<https://bit.ly/Cloud-Rekord>

Autor:
Sarah Böttcher



Carbonite Backup für Microsoft 365

365

Carbonite Backup für Microsoft 365 setzt den Schutz dort fort, wo der Schutz nativer Tools aufhört.

Tägliche Microsoft 365-Sicherungen mit erweiterten Wiederherstellungsfunktionen

Vollständige Cloud-zu-Cloud-Sicherungen für Microsoft 365

- ✓ **Vollständiger Office-Schutz:** Schützen Sie die gesamte Microsoft 365-Suite einschließlich SharePoint, OneDrive, Email und Teams.
- ✓ **Schnelle Wiederherstellung:** Führen Sie ein Rollback auf Site-Ebene aus oder stellen Sie einzelne Elemente wie z.B. Postfächer, Unterhaltungen oder Dateien wieder her.
- ✓ **Sicherung und Aufbewahrung:** Führen Sie bis zu vier Mal pro Tag automatische Sicherungen aus.
- ✓ **Zentrale Verwaltung:** Vereinfachen Sie administrative Aufgaben durch Einhaltung gesetzlicher Aufbewahrungsfristen, Auditberichte, rollenbasierten Zugriff, APIs und Exporte.
- ✓ **Verhinderung von Datenverlust:** Schützen Sie sich vor Datenverlusten die z.B. durch menschliches Versagen, Hardwareausfällen und Ransomware verursacht werden.
- ✓ **Professioneller Support:** Nutzen Sie den 24x7-Support für Onboarding und Wiederherstellung durch unsere Experten.

Webroot[®] Business Endpoint Protection

Intuitive, KI basierte Cybersicherheit, die Unternehmen dabei hilft, resilient (widerstandsfähig) gegenüber Angriffen zu sein.

Der einzigartige Ansatz von Webroot

Webroot[®] Business Endpoint Protection unterscheidet sich diametral von anderen Sicherheitslösungen. Als Software-as-a-Service (SaaS)- und KI basierte Sicherheitslösung bietet sie eine Reihe von Vorteilen, darunter: Vorteilen, darunter:

- ✓ Reibungslose Implementierung
- ✓ Schutz in Echtzeit, keine Signatur auf dem Endgerät nötig
- ✓ Zentrale Verwaltung und Steuerung von überall aus
- ✓ Hochautomatisierter, kostengünstiger Betrieb
- ✓ Schutz online und offline
- ✓ Niedrige Systembelastung (durch unabhängiges Benchmarking bestätigt)
- ✓ Innovative Erkennungstechnologie
- ✓ Unterstützt von erstklassigen Threat Intelligence-Services in Echtzeit

Outsourcing hat Gründe

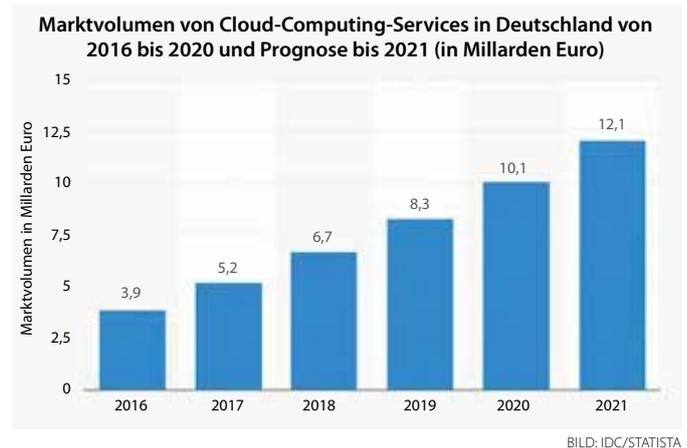
Eine Fernao-Umfrage zeigt auf, warum sich Unternehmen dazu entschließen, IT-Bereiche an externe Dienstleister abzugeben. Der meistgenannte Grund ist der Fachkräftemangel.

Gründe für das Outsourcing von IT-Bereichen



Das Marktvolumen von Cloud-Computing-Services

IDC rechnet für das Jahr 2021 mit einem Marktvolumen für Cloud-Computing-Services von 12,1 Milliarden Euro in Deutschland. Aber bereits seit 2016 zeigt sich ein deutlicher Trend nach oben.



In einer Umfrage von Trend Micro sagen 89 Prozent der deutschen Befragten, dass sie sich ihrer Verantwortung für die Sicherheit in der Cloud bewusst sind. Doch 99 Prozent glauben auch, dass ihr Cloud Service Provider einen ausreichenden Schutz für ihre Daten bietet.

BILD: FOTO: ALEX SCHELBERT



„Es ist ein positives Zeichen, dass die Mehrheit der Unternehmen weltweit die Digitale Transformation vorantreibt und in die Cloud geht.“

Richard Werner,
Business Consultant bei Trend Micro

MSPs helfen durch die Krise

Um ihren Kunden durch die Krise zu helfen, haben zwei Drittel der von Solarwinds MSP befragten Managed Service Provider (66%) besondere Maßnahmen ergriffen. Von der Anpassung der für Homeoffice-Kunden geleisteten Sicherheitsservices abgesehen kommen MSPs ihren Kunden auch preislich entgegen.



planen langfristig keine Preiserhöhungen für ihre Services.



haben Zahlungsaufschub gewährt.



haben vorübergehende Rabatte angeboten.



haben den geleisteten Service-Umfang angepasst, wenn das Budget des betreffenden Kunden knapper wurde.



fassen Preiserhöhungen nach der Pandemie ins Auge.

QUELLE: SOLARWINDS.

BILD: CHRISTIANCHAN - STOCKADOB.COM





BILD: PHOTOSCHMIDT - STOCK.ADOBE.COM

MSP-Programme: Schein und Wirklichkeit

Hersteller rücken Managed Service Provider (MSP) immer stärker in den Fokus. Ihre Partnerprogramme und Portfolios seien inzwischen „MSP-freundlich“, behaupten sie. Doch Schein und Sein liegen oft weit auseinander.

Managed Service Provider (MSP) lösen sie bei Kunden nicht selten den klassischen Vertriebspartner ab. De facto verhält es sich oft so, dass ein und dieselben Systemhäuser früher in der Rolle des Resellers agiert und sich mit dem veränderten Kundenbedarf zu Service Providern weiterentwickelt haben. Umso wichtiger für die Hersteller, sich auf diesen Wandel einzustellen. Viele Anbieter behaupten denn auch, dass sie ihr Portfolio ebenso wie Partnerprogramme, Lizenz- und Vergütungsmodelle zunehmend „MSP-freundlich“ gestalten. Doch hält diese Selbstaussage einer Überprüfung im Markt stand?

Ein harmonisches Miteinander mit den Herstellern scheint bei Managed Services bislang selten zu gelingen, wie Aussagen von Partnern nahelegen. „Aus meiner Sicht gibt es nur eine rudimentäre Zusammenarbeit bezüglich des technologischen Aufbaus der Produkte“, merkt Burghard Wolf, Geschäftsführer bei WCV IT aus Oberhausen, resigniert an. „Wir als MSP können die Produkte nutzen, so wie sie vom Hersteller aus erdacht wurden. Verbesserungsvorschläge werden bestenfalls per E-Mail entgegengenommen, und eine Rückmeldung beziehungsweise eine Umsetzung wird nur in ganz seltenen Fällen vollzogen.“

Nicht weniger kritisch äußert sich Marc Hurrelmann, Geschäftsführer bei Midland IT aus Minden: „Bei den meisten Anbietern erfüllen die Technologien und Tools grundsätzlich nicht ihren Zweck. Das liegt aber in der Natur der Sache. In der Regel ist es so, dass die Anbieter nicht eine Software für den MSP entwickeln, sondern lediglich eine im Markt bestehende Software ‚MSP-fähig‘ machen. Die Probleme, die daraus entstehen, sind mannigfaltig.“

Während sich Hersteller aktuell noch schwertun, tradierte Geschäftsmodelle über Bord zu werfen und weiterhin auf den klassischen Produktverkauf und die anschließende Wartung setzen, ist MSPs daran gelegen, dass die Technologie zusammen mit dem Service in einem ganzheitlichen Ansatz und auf Basis eines Pay-per-use-Modells skaliert. „Der MSP-Markt kommt langsam in der Realität der Hersteller an, und es entstehen offene Gespräche und ein interessanter Dialog“, beobachtet Wolfgang Kurz, CEO beim auf Security spezialisierten MSP Indavis aus München. „Dennoch sind die Erwartungen auf beiden Seiten oft unterschiedlich.“ Diese Diskrepanz äußere sich oft in einer nur scheinbaren MSP-Freundlichkeit der

Managed SIEM und UEBA – jetzt auch für den Mittelstand möglich

Komplexe Vorschriften und strenge Regularien – nicht mehr nur DAX Konzerne sind in der Pflicht strenge Vorschriften zugunsten der IT-Sicherheit und des Datenschutzes durchzusetzen. Angesichts steigender Security Gefahren, ist mittlerweile auch der Mittelstand zunehmend gefordert. Mit einem SIEM System können Unternehmen Richtlinien verwalten, Angriffe schneller erkennen und somit diesen Anforderungen gerecht werden.

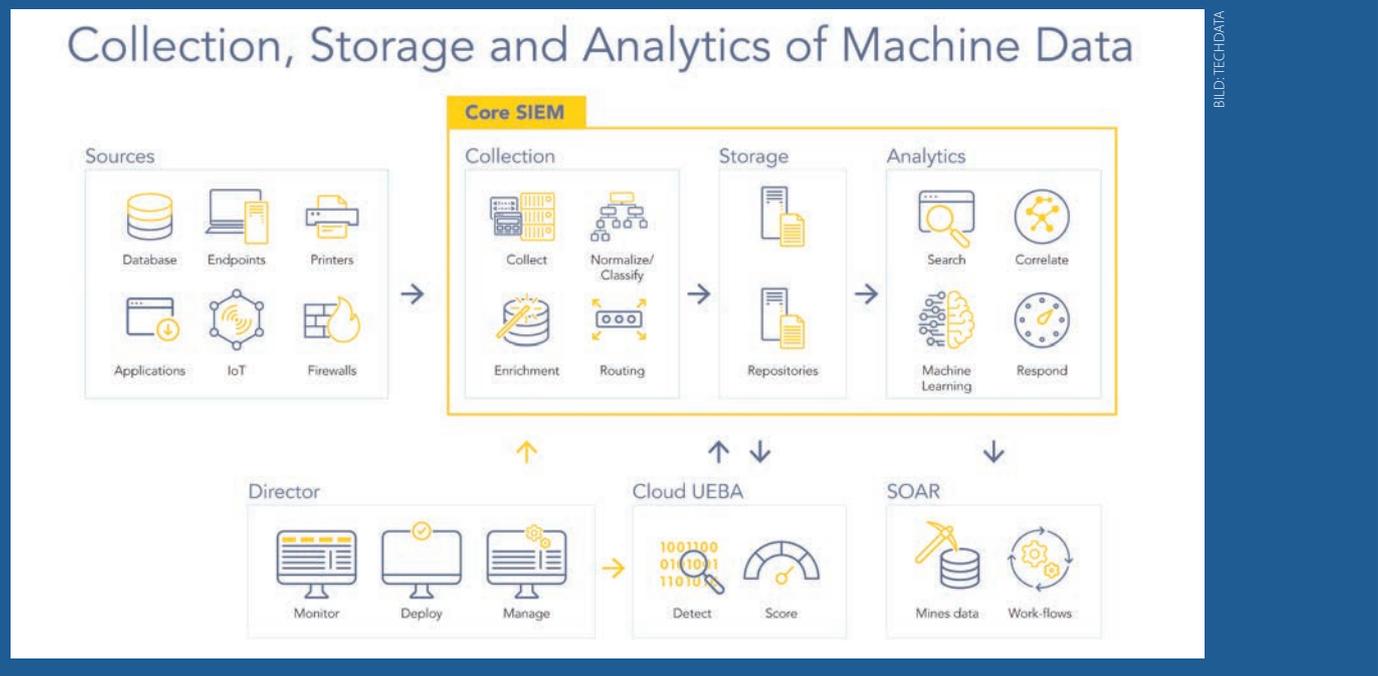


BILD: TECHDATA

Der sprunghafte Nachfrageanstieg nach SIEM und UEBA Lösungen (User and Entity Behavior Analytics) beflügelt den MSSP-Markt. Die Gründe für eine Auslagerung des SOC an einen MSSP Dienstleister sind vielfältig und liegen meist daran, dass viele Unternehmen weder das für einen SOC-Betrieb notwendige Personal noch die nötige Security Reife haben. Ein weiterer Grund für eine Auslagerung des SOC sind die meist überschaubaren finanziellen Mittel, die von Unternehmen für Security im Allgemeinen und ein SOC im Besonderen zur Verfügung gestellt werden. LogPoint ist der einzige europäische Anbieter von EAL 3+ zertifizierten SIEM und UEBA-Lösungen und hat sich mit seinen Lösungen auf die Anforderungen des Mittelstandes spezialisiert. Doch was sind die Vorteile von SIEM und UEBA? Was für Kaufleute ihr ERP System und für den Vertrieb das CRM ist, stellt ein SIEM die Basis jeder Securityabteilung dar und sollte selbstverständlich sein. Ein SIEM

System korreliert unterschiedliche Ereignisse, wertet sie aus, zieht Rückschlüsse auf mögliche Angriffe und meldet diese als sogenannte Incidents. UEBA, die intelligente Schwester von SIEM, erkennt ungewöhnliches Verhalten von Assets und Usern Dinge, die ein SIEM nicht wissen kann. Dazu werden initial 30 Tage Informationen gesammelt (danach ständig) um Unregelmäßigkeit überhaupt feststellen zu können. Unregelmäßigkeiten können plötzliche Arbeitsorte in völlig fremden Ländern sein oder ungewöhnlich hoher Datentransfer der weit über das normale Volumen geht. Dieser Erkenntnisgewinn und der damit verbundene Wissensvorsprung macht es Security Teams leichter Eindringlinge frühzeitig aufzuspüren. Das einfache LogPoint Lizenzmodell ist für einen MSSP Betrieb geradezu prädestiniert. Kennen Sie das langwierige Ermitteln von täglichem Gigabytevolumen oder das Ausrechnen von EPS (Events per Second) nur um die Lizenzkosten zu ermitteln? Bei Log-

Point zählen Sie lediglich die Anzahl der Logquellen (Server, Netzwerk / Security Equipment, PCs, Drucker). Anhand dieser Nodes wird lizenziert. PC und Drucker sind Light Nodes (1/10 Kosten). Alle anderen Devices sind Full Nodes. Der MSSP Partner bestellt ein Lizenzpaket an Full / Light Nodes und verteilt diese nach Bedarf auf seine Kunden. Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlichem Verbrauch quartalsweise. Durch ein „atmendes“ Lizenzmodell können Lizenzen je Kunde addiert und subtrahiert werden. Der Dreh- und Angelpunkt der MSSP Lösung ist der Director. Dieser ist kostenlos in Lizenz-Bundles inkludiert. Über den Director werden sowohl Software Updates ausgerollt als auch der Lizenzverbrauch gemessen. Alles in Allem hat LogPoint ein sehr faires Lizenzmodell, welches die Lizenzermittlung und Abrechnung erheblich vereinfacht.

Fragen Sie die Experten von Tech Data unter BU-Security@techdata.com nach LogPoint.

Welche Unterstützung wünschen Sie sich als ITK-Fachhändler von Herstellern/ Distributoren und was bieten Sie als Hersteller/ Distributor an?

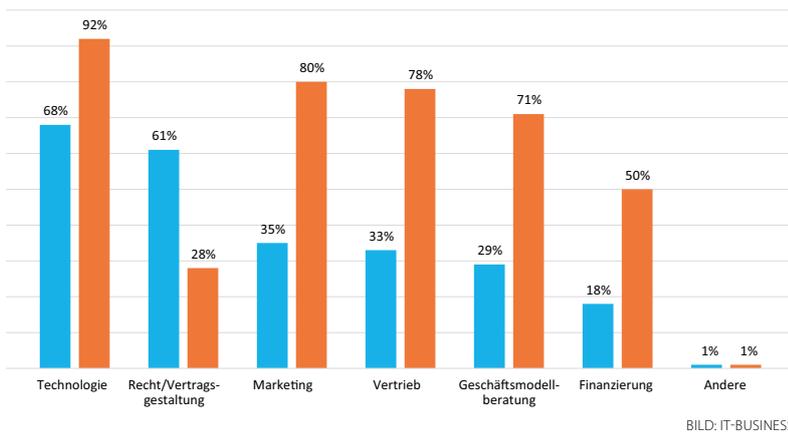


BILD: IT-BUSINESS

Portfolios. Häufig würden Hersteller mehr versprechen, als sie halten, und die Konzepte seien noch nicht gut genug durchdacht.

Doch was zeichnet ein dediziertes MSP-Partnerprogramm aus? Für die schnelle und flexible Bereitstellung von Services benötigen Service Provider andere Kaufmodelle und Preislisten als klassische Systemhäuser. Auch interne Provisionsmodelle der Hersteller, die hohe Einmalverkäufe stärker honorieren als langfristige Verträge, wirken dem Geschäft mit Managed Services entgegen. Darüber hinaus müssen MSP-Programme auf monatliche Zahlungsmodelle ausgerichtet sein. Das heißt, für die Partner sind geringere Umschwellen anzusetzen. Denn traditionell wird im Software-Vertrieb mit Lizenzeinnahmen kalkuliert, die sich auf Laufzeiten von ein bis drei Jahren beziehen. Des Weiteren sollte das Potenzial der Häuser stärker berücksichtigt werden, da die Umsatzkurve langsamer ansteigt als beim Produktverkauf.

Lediglich bei „Recht und Vertragsgestaltung“ hätten IT-Fachhändler einer Umfrage von IT-BUSINESS gemäß gerne mehr Unterstützung. Hersteller und Distributoren bieten nach eigener Aussage in allen Punkten mehr.

Neben flexiblen Lizenzen und Abrechnungsmodellen – Stichwort „Pay as you go“ – gehören auch Mandantenfähigkeit, eine übergreifende Richtlinienverwaltung, skalierbare Nutzermodelle und eine gewisse Cloud-Kompatibilität zu den zentralen Anforderungskriterien für das Geschäft mit Managed Services. Nicht zuletzt ist die Qualität des Supports ein kritischer Faktor. Daher etablieren zahlreiche Hersteller aktuell

dedizierte MSP-Teams für die vertriebliche und technische Betreuung der Partner und Kunden. Nützliche Hilfen wie Konfigurationsempfehlungen oder Tools für die Kostenkalkulation runden ein Paket ab.

Die Bereitschaft eines Anbieters zum Dialog und zu einer vertrauensvollen Zusammenarbeit sind für Volker Lang, Geschäftsführer beim VAD Ebertlang aus Wetzlar, letztlich sogar wichtiger als dessen Partnerprogramm und Lizenzmodell. Denn beides könne sich ändern, weiß der Distributionsprofi. „Wenn es sich um einen Hersteller handelt, der seinen Partnern zuhört, der auf ihre Kritik, Wünsche und Anregungen eingeht, so besteht die begründete Aussicht, dass er über kurz oder lang zu einem besseren Hersteller wird.“



Managed Service Provider Tools:
www.it-business.de/msp_tools

Autor:
Sarah Böttcher



DIE NÄCHSTE GENERATION DER MANAGED SERVICES

Mit der zunehmenden Marktdurchdringung von Managed Services macht sich zugleich eine strukturelle Veränderung bemerkbar. Das gängigste Modell besteht heute darin, dass MSPs die Endgeräte oder Server ihrer Kunden überwachen und deren möglichst reibungslosen Betrieb sicherstellen. Managed Services entwickeln sich indes hin zu einem Modell, bei dem der Dienstleister nicht mehr primär fremde IT betreibt („Managed Only“), sondern bei dem ihm auch die Hardware selbst gehört („Owned and Managed“), er dem Kunden also die komplette Umgebung bereitstellt.

Noch ist der Managed-Only-Ansatz am weitesten verbreitet, wie die Analysten von The Channel Company ermittelt haben. Ihn verfolgen 39 Prozent der MSPs, während 27 Prozent auf das Owned-and-Managed-Modell setzen. Weitere 34 Prozent vertreiben lediglich Managed Services anderer Anbieter, teils als Whitelabel unter eigenem Namen. Managed Only ist vor allem bei Dienstleistern üblich, die kleine (42%) und mittelgroße Kunden (47%) betreuen. Allerdings wird der „Owned and Managed“-Ansatz den meisten Befragten zufolge in Zukunft am stärksten wachsen.

Genese des Erfolgs:

Vom Systemhaus zum Managed Service Provider

Dem Preiswettbewerb entrinnen – Dienstleistungen koppeln

Nicht nur, aber multipel verstärkt durch die Pandemie reißt der Bedarf an digitaler Transformation nicht ab. Systemhäuser haben es in diesem Wandlungsprozess nicht leicht: Kunden fordern immer mehr Cloudlösungen, die bei jedem IT-Partner oder sogar direkt beim Hersteller gebucht werden können. Daraus entsteht ein Preiswettbewerb, dem es zu entrinnen gilt. Die Lösung besteht darin, das eigene Portfolio um kundenbindende Values zu erweitern. Am besten veredeln lässt sich die eigene Produktpalette mit der Bereitstellung von individuellen Managed Services: Sie sichern langfristige Zusammenarbeit und liefern den Mehrwert, den KMUs in einer immer komplexer werdenden IT-Landschaft dringend benötigen.

Was leistet ein Managed Service Provider?

Die Implementierung neuer Software sowie Migrationsprojekte sichern die digitale Leistungs- und Zukunftsfähigkeit des Endkunden: Die positiven Effekte drohen jedoch zu verpuffen, wenn sie dessen IT-Abteilung überlasten. MSPs schaffen den Freiraum für die interne IT des Endkunden. Sie kann sich auf ihre unternehmenskritische Kernkompetenz konzentrieren. MSPs übernehmen das Management und Monitoring von Infrastruktur, Digital Workplaces und IT-Security. Der MSP kann schneller und flexibler auf Störungen reagieren oder Standardaufgaben – wie groß angelegte Backups und Systemupdates – routiniert abwickeln. MSPs bringen dabei größere Expertise und Erfahrung als die hausinterne IT mit. So müssen weder neues Personal eingestellt noch interne Schulungen oder Fortbildungsprogramme selbst auf die Beine gestellt werden. Mit Managed Services bleiben innerhalb des definierten Service-Rahmens Ressourcen und Kosten vorausschauend planbar und transparent.

Brückenschlag zwischen Hersteller und Reseller

Die ADN bildet als Value-Added Distributor die Brücke zwischen Hersteller und Reseller. Früh hat der VAD den gestiegenen Bedarf an Managed Services erkannt und sich bestens dafür aufgestellt, bei der Transformation zum MSP zu unterstützen – sowohl aus



DIE ERFOLGSFORMEL FÜR IHR MSP BUSINESS:

$$\begin{aligned} & \text{(Klassische IT + Cloud Services) ADN MSP Solution Design} \\ & + \text{(MSP-Team + ADN Prof. Service) Know-how via ADN academy} \\ & + \sqrt{\text{Enduser IT}} = \text{ADN MSP Erfolgsgarantie} \end{aligned}$$

BILD: ADN

Know-how-Perspektive als auch mit seinem Managed-Service-Portfolio. „Wir holen den IT-Partner genau da ab, wo er steht, um den Weg gemeinsam fortzusetzen oder zu starten. Wir finden für jeden Partner das passende Vermarktungskonzept, egal ob er lieber auf eigenes Hosting, die großen Hyperscaler oder auf hybride Szenarien setzt“, erklärt ADN-Geschäftsführer Hermann Ramacher. Mit diesem Angebot adressiert ADN nicht nur etablierte MSPs, die an der Seite der ADN eine Erweiterung ihrer Gestaltungsmöglichkeiten an die Hand bekommen, sondern auch alle, die zum erfolgreichen MSP werden wollen.

Geschicht geschult

Das ADN Tech Academy genannte Schulungszentrum bereitet den Reseller optimal auf seine Rolle als Managed Service Provider vor. Ihr Trainingsangebot erstreckt sich über hochqualifizierte Hersteller Zertifizierungs Trainings, Workshops, Practice Labs mit Zertifikat, Testcenter sowie Roadshows. Die Inhalte reichen von Datacenter Infrastructure über Microsoft Azure bis hin zu Security, Storage sowie Modern Workplace.

Mit dem Partner eng am Kunden

Hermann Ramacher betont: „Wir begleiten Sie Schritt für Schritt zu Ihrer neuen Rolle als MSP.“

Bei Ressourcen-Engpässen springt die ADN Professional Services Unit ein.

Zertifizierte Techniker und Ingenieure bieten einen umfangreichen Dienstleistungskatalog an. Nah am Partner, eng am Kunden begleitet die ADN von der Überprüfung der Kundenfirewall über Installation Services bis hin zur Durchführung von Design-Workshops. Die erfahrenen System-Architekten unterstützen dabei remote oder vor Ort.

ADN ist der erfolgreiche Partner bei der Transformation vom Reseller zum MSP. Es ist nicht nur die jahrzehntelange Erfahrung des Vorzeige-VAD im Kerngeschäft, sondern auch die gelebte Unternehmenskultur Distribution 2.0, die mit starkem Fokus auf den Partner unzählige Erfolgsgeschichten hervorgebracht hat.

Mehr unter: www.adn.de

Ein Service-Bollwerk gegen Angreifer



BILD: FRED – STOCKADOBECOM

Hier ein bisschen IAM, dort ein wenig Threat Detection: Wie sinnvoll sind punktuell zusammengestellte Managed Security Services (MSS)? Hat der Best-of-Breed-Ansatz ausgedient? Und: Welches Kundenklientel adressiert man?

Lange Zeit waren Firewalls, Antivirus- und Endpoint-Lösungen das Bollwerk gegen Eindringlinge von außen, quasi die Pförtner der Unternehmens-IT. Doch mit standortübergreifenden Netzwerken, mobilen Geräten, IoT, Edge Computing und der hybriden Cloud stehen Security-Beauftragte vor der komplexer werdenden Aufgabe, all diese Dinge zu sichern. So wie die IT-Landschaft vielfältiger geworden ist, trifft dies auch auf die Bedrohungen zu. Gepaart mit dem immer stärker spürbaren Fachkräftemangel sowie den rechtlichen Anforderungen, ist es ein logischer Schritt, dass sich die Antwort verändert, mit der man den neuen Security-Risiken begegnet: Managed Security Services.

„**Allein einen Cyberangriff** überhaupt zu erkennen, ist heute intern kaum noch möglich“, erklärt Christian Bohr, Head of Managed Services bei Controlware. Und das stellt ein großes Problem dar. Denn um gezielt gegen einen Angriff vorgehen zu können, ist es wichtig, den Kontext einer Cyberattacke zu verstehen. Nur so lässt sich eine geeignete individuelle Lösung finden. Als Beschleuniger für die Entwicklung von Managed Security hat im vergangenen Jahr die Coronakrise

gewirkt, wie die Eset-Umfrage „Quo vadis, Unternehmen?“ zeigt. Zum einen muss das Security-Niveau des eigenen Netzwerks verstärkt werden. Zum anderen steht die zentral gemanagte IT-Sicherheitslösung zur Disposition. Ungefähr zwei Drittel der befragten Unternehmen werden laut Studie ihre Investitionen trotz Covid-19 beibehalten oder sogar noch steigern (25%). Doch was sind nun die wahren Bedürfnisse von Unternehmen? Diese Frage hat Fernao im aktuellen Threat Report gestellt. Die Befragten setzen eine hohe Priorität auf die frühzeitige Erkennung von Cyberbedrohungen (54,7%) und die kontinuierliche Überwachung ihrer IT-Infrastruktur (50%). Dieses Aufgabengebiet ist ressourcenintensiv, mit hohen Datenvolumina verbunden und erfordert bei der Analyse von Sicherheitsvorfällen Fachwissen. Deshalb ist hier die Nachfrage nach externer Unterstützung besonders hoch.

Während Hersteller, Beratungsunternehmen und Marktforscher das Thema MSSP bereits seit einiger Zeit treiben, stehen viele kleinere Systemhäuser oft erst am Anfang, diese Servicemodelle zu implementieren. Denn neben einer komplett anderen Kostenkalkulation gilt es, Mitarbeiter zu

schulen und sich Gedanken über eigene, zusätzliche Services zu machen, die auf die Angebote von Herstellern und Distributoren aufgesattelt werden können, um sich vom Rest des Markts zu differenzieren und höhere Erlöse zu erzielen. Es scheint schwierig, die richtige Balance zu finden, um einerseits technologisch nicht abgehängt zu werden und andererseits ein profitables Geschäft aufzubauen. Zwar machen immer mehr Hersteller ihr Portfolio sukzessive komplett „Managed-fähig“ und bieten es den Partnern an, doch auch hier gilt es, genau hinzuschauen. Einen anderen Ansatz hat zum Beispiel NTT. Deren CEO Kai Grunwitz: „MSS ist ein echter Differenzierungsfaktor, wenn es als professioneller Bereich betrieben wird. Leider trifft man oft Trittbrettfahrer, die das Thema für sich reklamieren ohne dabei in der Breite, sprich Abdeckung von Cybersicherheitsthemen, dafür aufgestellt zu sein.“

In eine ähnliche Richtung argumentiert Rene Claus von Eset: „Die Absicherung des Netzwerks gegen Malware-Attacken aller Art zählt weiterhin zu den Cash Cows.“ MSS-Provider sollten daher vermehrt auf den Verkauf umfassender und individueller Konzepte setzen, anstatt auf den einzelnen Lizenzverkauf. Bei G Data geht man Managed Security Services ebenfalls aktiv an: „Wir werden unser Partnergeschäft für MSSP gezielt erweitern. Mit Hilfe von starken Partnern verbinden wir die Vorteile von „IT-Security Made in Germany“ mit Managed Services“, bestätigt Hendrik Flierman, Vice President Sales bei G Data. Unabhängig von der Ausprägung bieten Managed Services weitere

Welche der nachfolgenden Managed Services würden Sie in Anspruch nehmen?

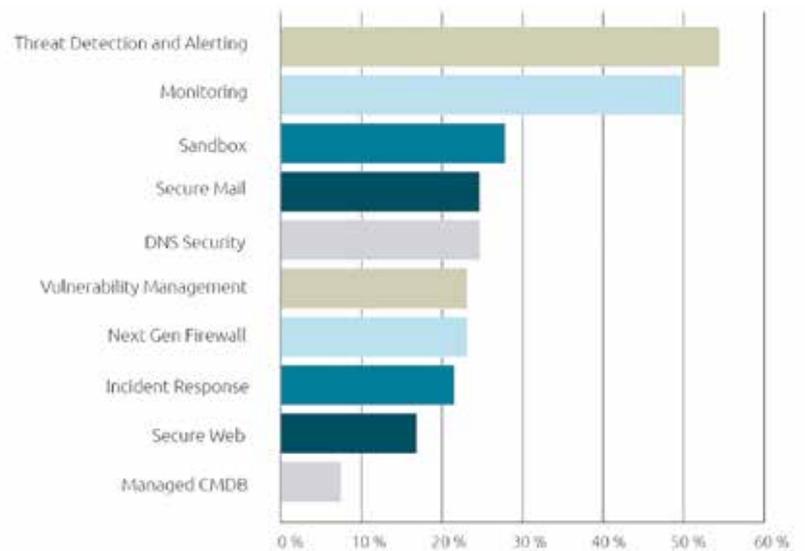


BILD: FERNAO

Vorteile, wie Vincenzo Biasi, Geschäftsführer bei Levigo Systems, beschreibt: „Managed Security Services schaffen eine hohe Kundenbindung. Gleichzeitig lassen sie sich in der Regel sehr gut skalieren. Das ermöglicht uns, unseren Kunden eine hohe Servicequalität zu erschwinglichen Preisen zu liefern.“ Karsten Agten, Geschäftsführer IT-On.net, ergänzt: „Mit steigender Automatisierung steigen die Margen und damit die Profitabilität. Der technische Schutz und die gewissenhafte Konfiguration reduziert zudem das Risiko von DSGVO-Vorfällen.“



Mehr unter:
<http://bit.ly/MSS-Sec>

Autor:
Sylvia Lösel



SCHWACHSTELLEN-HÖCHSTSTAND, LÖSEGELD-ZENIT ÜBERSCHRITTEN?

Dass es schwer ist, jede Cyberattacke in einen Kontext zu setzen, illustriert eine Zahl, die die YesWeHack-Community publiziert hat. Sie hat 2020 doppelt so viele Schwachstellen identifiziert wie im Jahr zuvor. 30 Prozent der Schwachstellen wurden als „hoch“ und „kritisch“ eingestuft. Sie hätten schwerwiegende Auswirkungen gehabt, wenn sie ein krimineller Hacker genutzt hätte, etwa indem er Zugang zu allen Kundendaten erhalten oder die Infrastruktur vollständig kompromittiert hätte. Ähnlich sieht es mit den tatsächlich erfolgten Angriffen aus. Datto zitiert in dem Report „Global State of the Channel Ransomware“ das FBI, wo-

nach die Anzahl der Cyberangriffe seit Beginn der Pandemie um mehr als 400 Prozent gestiegen ist. Doch es gibt auch gute Nachrichten. MSPs berichten, dass im Durchschnitt das geforderte Lösegeld bei Ransomware für KMU 5.600 US-Dollar pro Vorfall betrug, verglichen mit 5.900 US-Dollar im Vorjahr. Und laut YesWeHack hat sich die Zeitspanne zwischen der Identifikation und Behebung von Schwachstellen deutlich verkürzt – von 109 Tagen im Jahr 2019 auf durchschnittlich 44 Tage im Jahr 2020. Knapp 70 Prozent der 2020 entdeckten Sicherheitslücken wurden innerhalb von 28 Tagen behoben.

Eine Hand wäscht die andere

Reseller erhalten Hilfe beim Wandel zum Dienstleister, und Distributoren profitieren von einem lukrativen Geschäftsmodell: Managed Security Services.



BILD: BIGNAI - STOCKADOB.COM

Wie heißt es so unschön? Hundertprozentige Sicherheit gibt es nicht. Unternehmen können einen Cyberangriff auf Dauer nicht verhindern, sondern müssen versuchen, ihn so früh wie möglich zu entdecken. Zwar fördern Cyberbedrohungen Managed Security Services (MSS). Doch dadurch geraten die Provider selbst ins Visier der Angreifer. Schließlich verfügen sie über viele sensible Kundendaten. Deshalb arbeiten Systemhäuser mittlerweile selbst mit spezialisierten MSSPs zusammen. Einerseits zum Schutz der Kunden, andererseits, um das eigene Unternehmen abzusichern.

Doch wie wird ein klassischer Reseller zum MSSP? Hohe Investitionskosten und der spürbare Fachkräftemangel scheinen dieses Vorhaben undenkbar zu machen. Um die Transformation zum Security-Dienstleister dennoch zu meistern, sollten Unternehmen auf die Hilfe der Distribution zurückgreifen. Auf MSP spezialisierte Unternehmen, wie der Distributor Acmeo, der mittlerweile zur Infigate-Gruppe gehört, bieten Geschäftsmodellberatung, Vertragsvorlagen sowie Vertriebs- und Marketingunterstützung an. Auch Tech Data und ADN stehen ihren Partnern zur Seite.

Ein neues Finanzierungsmodell, um Reseller beim Einstieg in das MSSP-Geschäft zu unterstützen, bietet Also. Der Broadliner hat seit 2010 eine eigene Einheit für Security Services und arbeitet seit Beginn des Jahres mit Watchguard zusammen. Gemeinsam bieten die Unternehmen MSSPs die Appliances des Security-Herstellers im Subskriptionsmodell an. Abgerechnet wird monatlich nach dem Pay-as-you-go-Prinzip, eine Mindestlaufzeit gibt es nicht. Über den Also Cloud Marketplace haben Provider zudem die Möglichkeit, die Abrechnung der monatlichen Gebühren mit ihren Endkunden automatisiert abzuwickeln.

Ein ähnliches Modell fahren Exclusive Networks und Fortinet. Über die Plattform X-OD von Exclusive können MSSPs die Produkte des Herstellers beziehen. Auch Palo Alto, Proofpoint und Chronicle sind dort mit Hard- und Software-Lösungen vertreten. Durch die Möglichkeit, die Hardware zu mieten, anstatt sie zu kaufen, sinkt die Einstiegshürde der hohen Vorabinvestitionen für Reseller, um ins MSSP-Geschäft einzusteigen. Und die Distributoren profitieren von regelmäßigen Einkünften.

Zwar ist für Ingram Micro das Security-Geschäft, für das der Broadliner im vergangenen Jahr eine eigene Einheit gebildet hat, eine noch relativ neue Sparte. Doch Mike Cramer, der die Unit verantwortet, sieht jetzt schon für beide Seiten klare Vorteile: „Zum einen steigern Managed Security Services die Security Awareness. Zum anderen öffnen sie neue Kundensegmente und den Zugang zu zum Teil noch unbekanntem Herstellern. Und indem wir unsere Partner stärken, profitieren wir als Distributor von einer höheren Kundenbindung. Es ist ein sehr skalierbares Geschäftsmodell.“



Das bieten die Distris außerdem:
bit.ly/CF3MSS

Autor:
Melanie Staudacher



datto

MSP, aber wie? 7 Schritte für einen erfolgreichen Start

Kaum ein anderes Thema wird in der IT-Services-Branche so intensiv diskutiert wie Managed Services. Analysten prognostizieren exorbitante Wachstumsraten, die Nachfrage steigt rasant und auch sonst ist die Expertenmeinung international eindeutig: An Managed Services gibt es für IT-Dienstleister heute und morgen kein Vorbeikommen mehr.



© KATEINA - STOCK.ADOBE.COM

Kritiker wenden ein, dass der Hype um Managed Services allein von den Lösungsanbietern getrieben sei und IT-Dienstleister sich weiter auf das konzentrieren sollten, was sich jahrzehntelang bewährt hätte: Troubleshooting, Installation, Reparatur etc.

Managed Services Teil der digitalen Evolution

Dabei lassen die Traditionalisten jedoch einen wichtigen Aspekt außer Acht: Managed Services sind keineswegs ein künstliches Konstrukt, sondern eine natürliche Weiterentwicklung des IT-Supports, angepasst an die steigenden Anforderungen der Digitalisierung und den massiven Fachkräftemangel. Und dass beides unaufhaltsam fortschreitet, daran haben auch die kritischsten Stimmen keinen Zweifel.

Break-Fix funktioniert zwar noch und wird auch in den nächsten Jahren nicht verschwinden. Die Nachfrage und damit die Relevanz des Modells werden im Zuge des digitalen Fortschritts jedoch weiter sinken.

Je mehr Cloud, desto weniger On-Premise

Für IT-Dienstleister sind das gute Nachrichten: Je mehr Cloud, desto weniger On-Premise. Die Skalierbarkeit und die Margen der Managed Services im Vergleich zu den stark personengebundene Break-Fix-Dienstleistungen sind deutlich höher. Hinzu kommen bessere unternehmerische Gestaltungsspiel-

räume, bessere Planbarkeit, Zukunftssicherheit und Wettbewerbsvorteile.

Um davon profitieren zu können, müssen IT-Dienstleister ihr Geschäftsmodell sukzessive umstellen. Davor schrecken viele Unternehmen zurück, zumal das „alte“ Geschäft ja noch funktioniert – fragt sich nur, wie lange noch.

Erfolgreicher Start in 7 Schritten

IT-Dienstleister sollten die Einführung von Managed Services daher nicht weiter auf die lange Bank schieben. Es ist auch kein „Hexenwerk“, wie unzählige Erfolgsgeschichten beweisen.

Das A und O für eine erfolgreiche Transformation zum Managed Service Provider ist eine gute Vorbereitung. Mit diesen 7 Schritten kommen Sie Ihrem Ziel ein deutliches Stück näher und stellen die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft:

1. Welche Tools benötige ich für mein Managed Services-Angebot?

Ohne Service-Automatisierung und Remote Monitoring & Management geht im Managed Services-Geschäft gar nichts. Informieren Sie sich über PSA- und RMM-Lösungen für MSPs. Auf welche Aspekte Sie dabei achten sollten, erfahren Sie in unserem Ratgeber.

2. Welche Services will ich anbieten?

Legen Sie fest, welche Services sie in welcher Form anbieten wollen. Service-Pakete oder einzelne Services „à la carte“? Analysieren Sie

die Bedürfnisse Ihrer Bestands- und Zielkunden und richten Sie Ihr Angebot danach aus. In unserem Ratgeber erhalten Sie Tipps zur Gestaltung Ihrer Services.

3. Welche Partner benötige ich für mein Angebot?

Partnerschaften mit Technologie-Anbietern ermöglichen den Zugang zu neuen Angeboten, verschaffen Wettbewerbsvorteile und stärken die Kundenbindung. Die Kriterien für eine erfolgreiche Partnerauswahl haben wir in unserem eBook für Sie zusammengestellt.

4. Spezialisieren Sie sich.

Werden Sie zum Experten, entweder für eine bestimmte Branche oder für die Unternehmen in Ihrer Region.

5. Mehrwert bieten, darstellen und kommunizieren.

Billiger kann jeder, doch was sind die wirklichen Vorteile einer Zusammenarbeit für den Kunden? Stellen Sie den Mehrwert Ihrer Services dar und bieten Sie Ihren Kunden Argumente, warum sie mit Ihnen zusammenarbeiten sollten.

6. Kein Erfolg ohne Marketing.

Sie können der beste IT-Dienstleister der Welt sein. Es nützt Ihnen nichts, wenn das keiner weiß. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Zielkunden Sie und Ihr Angebot kennen bzw. leicht kennenlernen können.

7. Zufriedene Kunden bringen neue Kunden.

Machen Sie es Ihren Kunden leicht, Sie weiterzuempfehlen. Worauf Sie beim Empfehlungs-Marketing achten sollten, erfahren Sie in unserem Ratgeber.

Das vollständige eBook mit allen Tipps und Best Practices, wie Ihnen eine erfolgreiche Transformation zum Managed Service Provider gelingt, erhalten Sie kostenlos auf unserer Website unter:

<https://bit.ly/Datto-MSP>

Passgenaue Services für die einzelnen Kunden zu kreieren, ist eine der Herausforderungen der Zukunft für Systemhäuser.

werkassistenten, der durch die Übernahme von 128 Technologies eingebunden werden konnte. KI-gesteuerte Automatisierung, Einblicke und Handlungsmöglichkeiten vom Client bis zur Cloud sowie Vereinfachung und Optimierung sind die Zielgedanken hierbei, die dem Channel eben auch Services ermöglichen und ihm das Leben dank Automatisierung und aktiver Remote-Steuerungsmöglichkeiten leichter machen. HPE Aruba entwickelt ebenfalls die Edge Services Plattform in diese Richtung. „Künftig wird es darauf ankommen, konventionelle Rechenzentren und MPLS-zentrierte und VPN-basierte Netzwerke in eine Cloud-native SASE-Architektur umzuwandeln, die eine dynamischere Bereitstellung von sicheren Netzwerkservices bietet und gleichzeitig eine End-to-End-Absicherung der Daten garantiert“, heißt es aus dem Unternehmen.

Dass diese Themen im Markt angekommen sind, bestätigt Alexander Ernst, Director Network & Communication bei Cancom: „Automatisierung und die Einheitlichkeit zwischen LAN, WLAN, WAN, DC/ Cloud/ IaaS beschäftigen uns aktuell, wenn es um Netzwerke geht.“ Für David Balzer, Senior Manager UCC & Infrastruktur bei Ingram Micro, geht es auch darum, die „Inkompatibilität zwischen Lösungen verschiedener Anbieter und Revisionen“ in den Griff zu bekommen. Er geht von einer Stärkung der Cloud Managed Solutions aus. „Services hierzu werden mittlerweile von allen Marktteilnehmern angeboten.“

Rolf Bachmann, Head of Network Solutions bei Controlware, wagt einen Blick in die Zukunft: „Software-defined wird sich als De-facto-Standard etablieren und in Unternehmen aller Größen relevant werden. Als Begleiterscheinung der Digitalisierung werden Programmierung, Automatisierung und Infrastructure as Code die Berufsbilder im Netzwerkbereich prägen. WiFi und 5G (private Netze) werden konvergieren. Der Trend zu Cloud-basiertem Netzwerkmanagement und zu Recurring Services wird in den nächsten Jahren anhalten.“ Und Reiner Schirra, Technischer Leiter beim Systemhaus Agasysteme, ergänzt: „Der Netzwerkmart wird sich wohl immer mehr in die Cloud verschieben. Leider stellt sich dann die Frage, welchen Anbieter ich nutzen kann, wenn auch die DSGVO eingehalten werden muss.“



BILD: OLIVIER LE MOAL – STOCKADobe.COM

Ein Trend hin zu regionalen IT-Anbietern, der anhalten dürfte, ist ohnehin nicht nur seit Ausbruch der Coronakrise, sondern bereits seit dem Kippen des Privacy Shield und seit der Gaia-X-Initiative zu verzeichnen. In diesem Zuge haben auch Initiativen wie „Security made in EU“ des Teletrust-Verbands einen Nährboden. Abgesehen vom technologischen Galopp bietet der Netzwerk-Markt zudem eine enorme Vielfalt an Bereitstellungsmodellen. Die Bandbreite reicht vom selbst betriebenen kleinen Unternehmensnetzwerk über die Inanspruchnahme von Cloud-Diensten und einzelnen Managed Services bis hin zu Network-as-a-Service-Diensten (NaaS).

Der Markt für NaaS soll bis 2023 auf 21,7 Milliarden Dollar wachsen, so ein Report von Markets and Markets. Durch die Abgabe der Verwaltungsaufgaben für das Netzwerk erhoffen sich IT-Entscheider mehr Business-Agilität, erhöhte Sicherheit und Kosteneffizienz, so Axians. Der Systemintegrator und MSP bietet deshalb NaaS als Pay-per-X-Modell für den Netzwerkbetrieb an. Jacques Diaz, CEO von Axians Deutschland: „Wir planen, implementieren und betreiben für Kunden LAN-, WLAN- und WAN-Infrastrukturen – mit Laufzeit-basierten Kosten statt fixen Einmalinvestitionen und Cloud-Optionen statt einer Skalierung über Hardware-Updates.“ Die Wege aus dem Dschungel der wild wuchernden Netzwerk-Welt sind vielfältig. Das müssen sie auch sein. Die Aufgabe wird sein, individuelle Netzwerk-Landkarten zu erstellen, diese mit Verkehrsregeln anzureichern, um Managed Services auf den Kunden zugeschnitten anbieten zu können.



Netzwerke aus der Cloud:
<http://bit.ly/Netz-MS>

Autor:
Sylvia Lösel





UCaaS findet Gehör

Mit der Corona-Pandemie haben UCC-Lösungen schlagartig Einzug in den Unternehmensalltag gefunden, jedoch oft als Insellösungen. Das lässt Managed Services an Bedeutung gewinnen.

BILD: SHCHUS - STOCK.ADOBE.COM

Die Welt steht Kopf: Geschäftsreisen entfallen, Homeoffice ist plötzlich Alltag, und Videokonferenzen ersetzen Meetings im Büro. Die Corona-Pandemie hat die Arbeitswelt verändert, und durch den Umzug vieler Arbeitnehmer in das Homeoffice haben allem voran virtuelle Meetings sowie Videokonferenzen an Bedeutung für die Kommunikation in Unternehmen gewonnen. Christian Malzacher, Business Manager Workplace bei Bechtle, bestätigt: „In den zurückliegenden Monaten hat der Einsatz von UCC-Tools einen Schub erhalten.“ Jedoch besteht in Unternehmen derzeit ein „Flickenteppich“ an verschiedensten Anwendungen, Diensten und Applikationen, wie Alexander Ernst, Director Network & Communication bei Cancom, berichtet. Das stelle nicht nur die IT, sondern auch die Anwender vor Herausforderungen. Der „Flickenteppich“ wurde durch die Pandemie nochmals verstärkt, da aus der Not heraus kurzfristig Webmeeting-Lösungen eingeführt wurden, um die Produktivität und Geschäftsfähigkeit schnell sicherzustellen. Dabei blieb Ernst zufolge bei der Einführung von UCC-Tools leider oft die User-Adoption auf der Strecke, wodurch das Potenzial der Lösungen nicht in Gänze genutzt wird.

Dieser Mangel an Knowhow zum Umgang mit UCC-Tools sowie die immer komplexer werden den Anforderungen lassen den Bedarf an Managed Services wachsen. So postuliert Ernst: „UCC ist ein Kernthema, das noch stärker als Managed Service geliefert wird.“ Gleichzeitig spielt die Cloud bei UCC-Lösungen eine immer größere Rolle, und vor allem in der aktuellen Situation haben viele Unternehmen Kommunikationsdienste wie Internet-Telefonie, E-Mails, Instant Messaging oder Conferencing zur Miete aus der Datenwolke bezogen. Die Services aus der Cloud haben für

Anwender den Vorteil, dass der Zugriff von überall funktioniert, sofern Internet vorhanden ist. Außerdem werden die Kommunikationskanäle auf einer Plattform zusammengeführt und können sicher gemanagt werden. Mit „Unified Communications as a Service“ (UCaaS) können beispielsweise Software-Updates einfach und zentralisiert in bestehende Geschäftsprozesse integriert werden, wodurch sich die Reaktionszeit in Unternehmen verkürzt. Hierdurch werden Kosten und Personalaufwand weiter eingespart und standortübergreifendes Arbeiten unterstützt.

Des Weiteren sollen Medienbrüche zwischen Telefonie, Instant Messaging, Video, Serverzugriff und File Sharing verhindert werden. Malzacher ergänzt dazu: „Die Vorteile für den Kunden liegen im einfachen Bezugsmodell, in der flexiblen Anpassung an die schnellen Innovationszyklen, der Gewährleistung höchster Sicherheitsstandards sowie in einem umfassenden Support durch den professionellen Dienstleister.“ Zudem können bei der Bereitstellung aus der Cloud oftmals Lizenzen gespart werden, die bei den separaten Anwendungen anfallen würden. Das wiederum erfordert ein Umdenken, wie Dr. Felix Wunderer, Vice President Digital Business and Transformation, Telekom Deutschland, erklärt. Denn beim Einkauf bevorzugen manche Unternehmen noch Einmal-Ausgaben und eine vor-Ort-Installation. Die Coronakrise hat modernen Arbeitsplatzkonzepten den nötigen Auftrieb verschafft und damit einhergehend wird die Verbreitung von UCC-Lösungen sowie UCaaS weiter zunehmen.



Mehr unter:
<http://bit.ly/UC-MustHave>

Autor:
Ann-Marie Struck



Erweitern Sie Ihr MSSP-Angebot

Fortinet unterstützt seine Partner durch sein MSSP-Programm, welches die Bereitstellung von zuverlässigen Tools und eines ausgezeichneten Rund-um-Supports umfasst. So erhalten Fortinet MSSP-Partner einen starken Wettbewerbsvorteil, um weiter zu wachsen und die Profitabilität zu steigern.

Security-as-a-Service powered by Fortinet

Fortinet bietet eigene Software-as-a-Service (SaaS) Angebote für z.B. die FortiSandbox Cloud, FortiMail Cloud und weitere Security-Services.

Was bekommt Ihr Kunde?

- ✓ Von Fortinet gehostet und betreutes Angebot
- ✓ Ihre Managed Services als optionaler Mehrwert
- ✓ Einfach und schnell neue Nutzer dazu buchen

Ihre Vorteile mit Fortinet MSSP

Als Fortinet MSSP-Partner bieten sich Ihnen je Partnerlevel zahlreiche Mehrwerte.

Vertriebsunterstützung

- Zugang zum Fortinet MSSP-Portfolio
- Zugang zum kostenlosen Fortinet Developer Network (FNDN) als Jahresabonnement
- FNDN Developer Toolkit und FNDN Deploy Toolkit

Technischer Support

- On-Premises Hardware & SaaS-Lösung
- Virtuelle Maschine
- FortiDeploy Lizenz: Ermöglicht Zero-Touch Bulk Provisioning für Ihre FortiGate-, FortiWifi- oder FortiAP-Produkte
- FortiPortal VM-Lizenz: Virtuelle Maschine, die Wireless- und Sicherheitsfunktionen von FortiPortal und 100 FortiGates und 100 FortiAPs umfasst. Erfordert FortiGate als Wireless Controller sowie FortiAnalyzer und FortiManager

Marketing und Kommunikation

- Profitieren Sie durch zusätzliche Marketingunterstützung



TrueValueMSP erweitert das Fortinet MSSP-Angebot

Ergänzen Sie das Fortinet MSSP-Programm mit den TrueValueMSP-Services von Nuvias. Nuvias erweitert das MSSP-Programm von Fortinet durch flexible Zahlungsmodelle für Firewall-as-a-Service als Hardware- und gehostete virtuelle Lösung. Diese Services werden als monatliches Abrechnungsmodell angeboten.

Firewall-as-a-Service

- Hardware vor Ort bei Ihrem Kunden (Full managed, half managed, mtl. Abrechnungsmodell)
- Gehostet im deutschen Rechenzentrum (Full managed, mtl. Abrechnungsmodell)

24x7 Monitoring Service

Pre-Configuration Service

Zero-Touch-Deployment

Fragen Sie uns zu den Managed Services von Fortinet und Nuvias

Matthias Stuhlmacher | Teamleader Product Sales
 Telefon: +49 (0)40 – 237301-214
 E-Mail: Matthias.Stuhlmacher@nuvias.com

truevalueMSP.central@nuvias.com



Managed Print Services in Zeiten des Homeoffice

Die durch die Pandemie erzwungene Arbeit vieler Beschäftigter im Homeoffice stellt die MPS-Branche vor Herausforderungen, bringt aber auch Chancen.



BILD: NEW AFRICA – STOCKADOB.COM

In vielen Unternehmen sind die Büros verwaist und die Abteilungsdrucker stehen still. Für die Beschäftigten, die schon im vergangenen Jahr ins Homeoffice gegangen sind, wurden eilends kleine Multifunktionsgeräte beschafft, sofern überhaupt welche zu bekommen waren. Oft waren das für Heimanwender bestimmte Geräte, die natürlich weder beim Management, noch bei den Druckkosten die Anforderungen der Unternehmen erfüllen. Hier haben die Druckerhersteller inzwischen reagiert. Sie bieten nun Systeme mit geringer Standfläche und niedrigem Energieverbrauch an, die sich trotzdem über die Cloud zentral verwalten lassen. Etliche Kunden haben daher schon damit begonnen, die eigentlich nicht passenden Consumergeräte gegen diese kompakten professionellen Systeme auszutauschen. Auch die MPS-Anbieter müssen sich hier umstellen, da sie nun nicht mehr einen Gerätepool in Firmengebäuden betreuen, sondern Geräte und Verbrauchsmaterial zu einer Vielzahl von Heimanwendern bringen müssen. Wichtig sind hier auch Remotelösungen, um den Anwendern bei Problemen zu helfen, wenn das Drucken und Scannen mal nicht klappt.

Besonders stark hat das Druckvolumen in den Branchen abgenommen, die unter Pandemiebedingungen nur sehr eingeschränkt arbeiten können, also etwa der Gastronomie, der Hotellerie oder der Luftfahrt. Auch an Schulen standen die Drucker lange still. In Behörden und im Gesundheitswesen wurde mehr gedruckt, aber nicht genug, um den Rückgang abzufedern. Für die MPS-Anbieter ist das ein Anlass, Abrechnungsmodelle zu entwickeln, die weniger stark von Clicks abhängig sind, sondern Drucker- und Dokumentenmanagement in den Vordergrund rücken.

Denn Firmen und Institutionen, die noch viel mit Aktenordnern arbeiten, haben das Problem, dass sie ihre Beschäftigten oft gar nicht von zuhause aus arbeiten lassen können. Denn oft müssen mehrere Angestellte auf den selben Aktenbestand zugreifen, und dann gibt es noch das Problem mit dem Datenschutz, gerade bei vertraulichen Dokumenten. Hier haben Unternehmen und Ämter einen Vorteil, die bereits Abläufe für die digitale Verarbeitung von Dokumenten etabliert haben. Bei ihnen reicht es aus, wenn die Poststelle besetzt ist, die ankommende Briefe oder andere Drucksachen digitalisiert, zuordnet und dann für eine digitale Weiterverarbeitung speichert, die auch vom Homeoffice aus möglich ist. Dort kann über sichere Kommunikationswege und einen personalisierten, dokumentierten Zugriff auch besser gewährleistet werden, dass sensible Daten vertraulich behandelt werden.

Für MSPs bietet das eine erhebliche Chance auf ein zusätzliches Geschäft, das sie von sinkenden Druckvolumina unabhängiger macht. Und sie können es noch mit weiteren Workplace-Services für das Homeoffice kombinieren.



Mehr unter:
bit.ly/ITB-Epson-Roundtable

Autor:
Klaus Länger



DAS ESET MSP PROGRAMM

**AUTOMATISIEREN SIE IHR BUSINESS
MIT DEM GRÖSSTEN ENDPOINT
SECURITY HERSTELLER AUS DER EU**



eset PROTECT

**JETZT
ESET-MSP
WERDEN**

IT-SECURITY: EINFACH. SICHER. AUTOMATISIERT.

ESET bietet höchstmögliche Flexibilität zum optimalen Schutz Ihrer Kunden – egal ob Cloud oder On-Premises.

Jetzt mehr erfahren: [ESET.DE/MSP](https://www.eset.de/msp)

Secur|Ty
made
in
EU
Trust Seal
www.teletrust.de/itsmie



BILD: TONSNOEI - STOCK ADOBE.COM

Bewährungsprobe für RMM-Plattformen

Cloud-Instanzen werden anders überwacht als On-Premises-Systeme. In einer hybriden Welt müssen Plattformen für das Remote Monitoring & Management (RMM) beides unterstützen. Inwieweit sind sie tatsächlich schon Cloud-ready?

Ein Problem zu erkennen „ist wichtiger, als die Lösung zu erkennen“, schärfte Albert Einstein einst seinen Studenten ein. „Denn die genaue Darstellung des Problems führt zur Lösung.“ Dieses Zitat des Physiknobelpreisträgers würde Michael Gutsch, Senior Regional Sales Manager DACH beim Hersteller Datto, wohl unterschreiben. Das US-Unternehmen ist Spezialist für Remote Monitoring & Management (RMM). Und wenn es um die Weiterentwicklung dieser Disziplin geht, trifft das Einstein-Bonmot ins Schwarze. Eine Herausforderung für RMM-Plattformen liegt in der Cloud. Um IT, die bei Hyperscalern betrieben wird, zu überwachen, braucht man andere Metriken und Tools als für Systeme vor Ort. Bislang hat Datto dafür noch keine fertige Lösung, wie Gutsch einräumt. „Aber wir beschäftigen uns mit der Problemstellung, wie sich die Cloud mit RMM überwachen lässt. Und wir denken darüber nach, wie die nächsten Schritte für eine sinnvolle Erweiterung unserer Plattform aussehen können.“

Für Managed Service Provider ist RMM ein unerlässliches Hilfsmittel. Es versetzt sie in die Lage, unterschiedliche Hardware- und Software-Produkte ebenso wie Netzwerke und Security-Systeme

über eine zentrale Konsole aus der Ferne zu überwachen, zu verwalten und zu warten. Zu den wesentlichen Eigenschaften der Plattformen gehört es, dass sie multimandantenfähig sind, damit Dienstleister die IT-Systeme vieler verschiedener Kunden parallel managen können. Die Vielfalt an kommerziellen RMM-Angeboten hat zweifellos dazu beigetragen, dass Managed Services inzwischen bei zahlreichen Systemhäusern zu einem festen Bestandteil ihres Dienstleistungsportfolios geworden sind. Meist besteht ihre Leistung darin, dass sie als MSP die Desktopsysteme oder die Infrastruktur ihrer Kunden überwachen und für deren reibungslosen Betrieb sorgen. Zu den RMM-Anbietern, die sich im deutschen Channel etabliert haben, zählen neben Datto auch Barracuda, Connectwise, Kaseya, Krämer IT (ServerEye) und N-able (ehemals Solarwinds MSP).

Die ersten Tools kamen zwischen 2006 und 2010 auf den Markt. Seitdem haben sich die IT-Landschaften auf Kundenseite massiv weiterentwickelt. Eine beträchtliche Zahl von Systemen läuft heute nicht mehr On Premises. Vielmehr nutzen Unternehmen immer häufiger Infrastrukturservices aus der Cloud, um Anwendungen zu betrei-

ben oder virtuelle Desktops für ihre Mitarbeiter bereitzustellen. In der Regel haben es Dienstleister bei ihren Kunden daher mit hybriden Umgebungen zu tun, bei denen ein Teil der IT lokal und anderer Teil in der Cloud betrieben wird. Doch sind die RMM-Plattformen bereits dafür ausgelegt, auch diejenigen Systeme zu überwachen und zu managen, die in den Clouds von AWS, Google oder Microsoft laufen?

In letzter Konsequenz noch nicht, lautet die Antwort, die Henning Meyer, Senior Vice President MSP & Cloud bei Infinigate, auf diese Frage gibt. „Die Hersteller haben allerdings schon einiges getan, um ihre Plattformen für die Anforderungen der Cloud bereit zu machen.“ Der langjährige Acmeo-Chef weist darauf hin, dass einige RMM-Spezialisten inzwischen Monitoring-Tools oder Backup- und Recovery-Lösungen für Microsoft 365 anbieten. Konkret vereinbarte N-able im Sommer 2020 eine Kooperation mit dem Hyperscaler, die auf eine engere technologische Verbindung von Management-Tools beider Unternehmen abzielt. Oder Datto übernahm im März dieses Jahres den israelischen Security-Anbieter Bitdam, mit dessen Technologie sich SaaS-Anwendungen von Microsoft und Google Cloud vor Malware- und Phishing-Angriffen schützen lassen. Solche Beispiele zeigten, „dass die traditionellen RMM-Anbieter die Bedeutung des Themas erkannt haben und stark in Richtung Cloud gehen“, fasst Meyer zusammen.

Für die Überwachung von IaaS-Umgebungen sind die meisten RMM-Plattformen aber noch nicht ausgelegt. Ein Grund dafür mag sein, dass sie letztlich aus der On-Premises-Welt stammen, der Cloud-Betrieb aber anders funktioniert als klassische IT-Operations. Auch wenn die Basisinfrastruktur für die Anwender nicht transparent ist, so gibt es in der Cloud doch zahlreiche Parameter, die man sinnvollerweise misst, um Engpässe oder Ausfallzeiten zu vermeiden. Dazu gehören beispielsweise die Performance von Anwendungen oder der Ressourcenverbrauch virtueller Maschinen. Gängige Tools, die auch bei Dienstleistern beliebt sind, stammen von Anbietern wie Datadog, Dynatrace oder

New Relic. Diese Produkte geben Cloud-Nutzern einen Einblick in relevante Metriken und Protokolle und liefern ihnen so wichtige Leistungsindikatoren. Auch die Hyperscaler bieten ähnliche Tools an, wie Amazon Cloudwatch, Azure Monitor und Google Stackdriver.

Müssen RMM-Anbieter somit zusätzliche Monitoring-Funktionen entwickeln, damit ihre MSP-Partner auch die Cloud-Umgebungen von Kunden managen können? Nach Meyers Einschätzung brauchen die Hersteller diese Arbeit nicht selbst zu leisten. Vielmehr hält es der IT-Profi für sinnvoller, wenn sie „ihre Plattformen öffnen, sodass es anderen Anbietern möglich ist, sich mit ihren Tools daran anzudocken“. Auf diese Weise könnten sie Funktionen von Cloud-Monitoring-Spezialisten in ihr Portfolio integrieren. Tatsächlich beobachtet der Infinigate-Manager bei den RMM-Anbietern eine zunehmende Offenheit und den Trend, ihre Plattformen stärker mit Schnittstellen auszustatten.

Dass die Hersteller nicht alle Features selbst entwickeln können, dessen ist sich auch Datto-Manager Gutsch bewusst. Dazu sind die Anforderungen, die sich in einer hybriden Welt stellen, zu vielschichtig geworden. Für umso wichtiger hält der Experte ein funktionierendes Ökosystem. Datto wolle MSPs die Tools an die Hand geben, mit denen sie den IT-Stack ihrer Kunden von der Infrastruktur über Endgeräte bis hin zu SaaS-Applikationen überwachen können, um einen sicheren und störungsfreien Betrieb zu gewährleisten. „Unser Anspruch ist es, dabei möglichst viel aus einer Hand abzudecken. Ergänzend dazu bieten wir APIs zu Technologiepartnern an“, führt Gutsch aus. Der Vorteil, den das Unternehmen gegenüber stärker spezialisierten Anbietern besitzt, liegt in „unserer multi-mandantenfähigen Plattform, mit der wir verschiedenste Funktionen in einem Dashboard zusammenbringen und so für MSPs die Prozesse vereinfachen.“



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

Autor:
Michael Hase



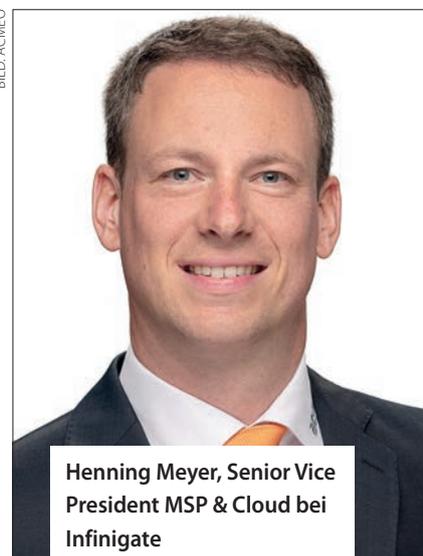
BILD: KARSTEN WERNER



Michael Gutsch, Senior Regional Sales Manager DACH bei Datto

„Wir beschäftigen uns mit der Problemstellung, wie sich die Cloud mit RMM überwachen lässt. Und wir denken darüber nach, wie die nächsten Schritte für eine sinnvolle Erweiterung unserer Plattform aussehen können.“

BILD: ACMEO



Henning Meyer, Senior Vice President MSP & Cloud bei Infinigate

„RMM-Anbieter müssen nicht alle Funktionen selbst entwickeln. Ich halte es für sinnvoller, wenn sie ihre Plattformen öffnen, sodass es anderen Anbietern möglich ist, sich mit ihren Tools daran anzudocken.“

DaaS: Der Rechner als Komplettservice

Das Device-as-a-Service-Konzept deckt keineswegs nur das Datacenter ab, sondern auch PCs, Notebooks und Smartphones für den digitalen Arbeitsplatz.



BILD: BNENIN – STOCKADOB.COM

Bei vielen DaaS-Lösungen geht es um Server oder Storage-Systeme, die in den Rechenzentren oder bei Colocation-Anbietern ihren Platz finden, aber deren Nutzung mit Cloud-ähnlichen Modellen volumenabhängig abgerechnet wird. Meist gibt es sogar noch eine Public-Cloud-Komponente dabei, um noch mehr Flexibilität zu gewinnen. Device-as-a-Service-Modelle für Endgeräte wie Notebooks, Desktop-PCs, Tablets oder Smartphones ähneln mit festen monatlichen Kosten bei der Bezahlung dagegen eher traditionellen Leasing-Angeboten. Allerdings bieten DaaS-Angebote bei der Beschaffung der Geräte, dem Ausrollen und dem täglichen Betrieb einige zusätzliche Dienste. So können die Geräte bei praktisch allen Anbietern auf Wunsch vorkonfiguriert mit den benötigten Applikationen an die Anwender geliefert werden, was speziell bei Beschäftigten im Homeoffice eine Erleichterung für die IT-Abteilung der Kunden oder auch der Partner darstellt. Wenn Geräte ersetzt werden, dann übernimmt der Dienstleister auch die Migration der Daten. In der Regel sind cloudbasierte Managementsysteme Teil des DaaS-Angebots, bei HP sogar mit Analysefunktion und vorausschauendem Service. Zudem

wird bei einigen Anbietern die Auslastung der Systeme bei der Nutzung erfasst, um so beispielsweise zu erkennen, wenn ein Gerät für seine Aufgabe unterdimensioniert ist. Die Inventarisierung der Geräte wird bei DaaS ebenfalls automatisiert. Teilweise ist auch eine Anpassung der Geräteanzahl an die aktuellen Anforderungen möglich.

DaaS-Angebote finden die Partner bei Herstellern, die hier mitunter auch andere Fabrikate im Portfolio haben, oder über die Distribution, die ebenfalls eigene Pakete schnürt und eine breitere Palette von Herstellern abdeckt. In der Regel können die DaaS-Angebote individuell an die Ansprüche der Kunden angepasst werden. HP und Lenovo bieten bereits mehrere vordefinierte Stufen mit unterschiedlichen Umfang an Services an, die bis hin zu umfassenden Installations-, Wiederherstellungs- und Reparaturdiensten gehen. Auch Security-Funktionen und Trainings für die Anwender gehören zu den DaaS-Optionen.

Mit Samsung und Acer haben zu Beginn des Jahres zwei weitere große Hersteller eigene DaaS-Angebote gestartet. Samsung bietet gemeinsam mit dem Berliner Startup Everphone ein Mietmodell für Smartphones und Tablets an, das sich an B2B-Kunden richtet. Für Management und Sicherheit sorgt dabei Samsung Knox. Acers DaaS-Angebot richtet sich vor allem an kleinere Betriebe und Startups und läuft in Kooperation mit Google. Es umfasst Mobilrechner mit dem Schwerpunkt auf Chromebooks, Peripheriegeräte und Zubehör, inklusive Software, Services und Support. Auf Anfrage können auch Windows-Notebooks im Rahmen des DaaS-Angebots geordert werden. Konfiguration und Buchung erfolgen über ein Self-Service-Portal.



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

Autor:
Klaus Länger



ENTDECKE DIE ZUKUNFT DES SERVICE PROVIDER BUSINESS



Andreas Gauger
CEO, Open-Xchange

»Was Hosting Provider von deutschen
Automobilherstellern lernen können«



Dr. Jörg Gottschlich
Geschäftsführer / CEO, meshcloud

»Viele Clouds, viele Fragen: Wie können wir
als Service Provider heute den Heraus-
forderungen der Orchestrierung begegnen?«



Heiko Henkes
Director, Principle Analyst, Information Services Group

»Sourcing Trends und Geschäftsstrategien für
Service Provider – Momentaufnahme aktueller
Herausforderungen und Best Practices«



Harald Summa
Vorstandsvorsitzender, DE-CIX Group

»GAIA-X oder die Träume von einer
Europäischen Cloud?«



Martin Wundram
Vorstand IT-Security, Bundesverband für den Schutz
kritischer Infrastrukturen

»Digitaler Ersthelfer: Einführung in ein neues Konzept
für mehr IT-Sicherheit und bessere Reaktionsfähigkeit«



Marco-Alexander Breit
Leiter Stabstelle Künstliche Intelligenz,
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

»GAIA-X – Wo stehen wir, wo wollen
wir hin?«

Eine Veranstaltung der
 **VOGEL** IT
AKADEMIE

**SERVICE
PROVIDER**
summit2021

Service Provider Virtual Conference
19. Mai | Online

Service Provider Summit
1. & 2. September | Frankfurt am Main

JETZT INFORMIEREN UND ANMELDEN
www.sp-summit.de



BILD: VIPERAGP - STOCK.ADOBE.COM

Storage als Service in der hybriden Cloud

Die Anbieter von Storage-Lösungen sehen in den Hyperscalern keine Konkurrenz, sondern eine weitere Plattform für ihre eigene Speichersoftware. Zudem wird Daten-Management als zusätzliches Standbein immer wichtiger.

Für die meisten Unternehmen stellt sich die Frage gar nicht, ob sie ihre Daten in der Public Cloud oder im eignen Rechenzentrum speichern. Sie kombinieren einfach beide Optionen. Die Motive dafür sind vielfältig: So bestehen in etlichen Firmen und vor allem bei öffentlichen Auftraggebern aus Compliance-Gründen weiterhin Vorbehalte gegen das Speichern in der Public Cloud, vor allem bei US-amerikanischen Anbietern. Zudem gibt es Anwendungen, die einen sehr schnellen Zugriff auf Daten erfordern, der bei einer Public Cloud zu vertretbaren Preisen nicht möglich ist. Das ist beispielsweise bei Edge-Computing der Fall, wo Sensoren eine große Menge an Daten produzieren, von denen allerdings ein großer Teil nach der Analyse wieder verworfen wird. Auch im Gesundheitswesen, im Retail- oder im Dienstleistungssektor werden immer mehr Daten gespeichert, die nicht einfach nur abgelegt, sondern analysiert und teilweise auch monetarisiert werden. Hier müssen Unternehmen eine Bewertung treffen, ob eine lokale Lösung, die Cloud oder eine Kombination aus beiden die beste Option darstellt. Bei KI-Projekten wie Machine- und Deep-Learning, kommen ebenfalls hybride Storage-Architekturen zum Einsatz, da hier unter-

schiedliche Anforderungen erfüllt werden müssen. Dazu zählen Objektspeicher und verteilte Dateisysteme in der Cloud, mit denen auch eine sehr große Menge an Daten so gespeichert werden kann, dass sie kontinuierlich zugänglich ist. Für das Training der Modelle sind dagegen schnelle lokale Full-Flash-Speichersysteme gefragt, bevorzugt mit NVMe-SSDs bestückt. Dabei werden oft Objektspeicher genutzt.

Die Hersteller von Storage-Lösungen bedienen sich mittlerweile auch selbst der Public Cloud. Sie nutzen diese, wenn man so will „umgelabelt“, als Basis für ihre eigenen Lösungen. Der Vorteil liegt darin, dass im Zusammenspiel mit den eigenen On-Premises-Lösungen die Vorteile der Hybrid Cloud genutzt werden können und die Kunden nicht an einen Hyperscaler gebunden sind. Zudem lassen sich so Skaleneffekte nutzen und Transaktionskosten senken. Eine häufige Anwendung ist dabei die Nutzung von Cloud-Ressourcen als Backup oder Replikationsziel. Andere Szenarien sind die schnelle Skalierung des von Anwendungen benötigten Speichers oder das Tiering kalter Daten auf günstigem S3-Speicher. Anbieter wie Cloudian nutzen zu Amazons S3 kompatible

Das Management virtueller Container mit Kubernetes in der Hybrid Cloud ist ein rasant wachsendes Geschäft.

Objektspeicher nicht nur für On-Premises-Speicherlösungen, sondern auch für einen einfachen Übergang in die hybride Multi-Cloud. Seagate hat im März mit der Lyve Cloud sogar eine eigene S3-kompatible Storage-Cloud gestartet, die bei Equinix gehostet wird.

In vielen Firmen werden Anwendungen zunehmend nicht mehr nur einfach virtualisiert, sondern in Microservices aufgeteilt, die dann meist in Container gepackt werden. Das Zauberwort lautet dabei „Cloud-native“. Für die Orchestrierung dieser verteilten Microservices wird heute meist die ursprünglich bei Google entwickelte Open Source-Plattform Kubernetes, kurz k8s, verwendet, deren Weiterentwicklung heute unter dem Dach der Cloud Native Computing Foundation (CNCF) stattfindet. Da Kubernetes nicht einfach zu beherrschen ist, hat sich eine ganze Reihe von Firmen aufgemacht, eigene, einfacher bedienbare Implementierungen anzubieten oder Kubernetes in bestehende Managementumgebungen für die Hybrid Cloud zu integrieren. Zu den Firmen, die Lösungen rund um Kubernetes anbieten, zählen auch Unternehmen aus dem Storage-Umfeld wie etwa NetApp mit Astra und den Lösungen des 2020 übernommenen Cloud-Management- und Monitoring-Anbieters Spot. Pure Storage ist ebenfalls auf Einkaufstour gegangen und hat sich mit Portworx die nach eigenen Angaben führende Cloud-native Kubernetes-Datendienstplattform



BILD: SASINT - STOCKADOB.COM

einverleibt. Für den Storage-Hersteller war das ein wichtiger Schritt hin zu einer weiteren Expansion im wachsenden Markt für Multi-Cloud-Data-Services rund um Kubernetes und Container.

Ein weiterer Trend sind Lösungen, bei denen nicht nur Cloud-Storage, sondern auch On-Premises-Lösungen im eigenen Datacenter, bei Colocation-Anbietern oder an Edge-Standorten verbrauchs-basiert abgerechnet werden. Ein Pionier ist hier HPE mit GreenLake, aber auch Pure Storage hat mit Pure As-a-Service ein vergleichbares Angebot. Dell Technologies hat mit Apex ebenfalls ein Projekt am Start, dessen erste Komponente Storage als Service sein wird.



Mehr unter:
<http://bit.ly/YouGov-Cloud-Umfrage>

Autor:
Klaus Länger



HYPERSCALER IM EIGENEN RECHENZENTRUM

Während immer mehr Storage-Hersteller die Public Cloud für eigene Storage-as-a-Service-Angebote nutzen, suchen auf der andere Seite Hyperscaler wie AWS oder Microsoft Azure den Weg in die lokalen Rechenzentren ihrer Kunden. Die Strategien unterscheiden sich dabei allerdings erheblich. So bietet AWS mit Outposts eine komplett verwaltete Lösung aus Hard- und Software. Zunächst nur als komplettes Rack verfügbar, sollen dieses Jahr auch kleinere Formfaktoren kommen. Eine VMware-Variante von AWS Outposts soll ebenfalls demnächst auf den Markt kommen. Laut AWS sollen sich die Outposts für Workloads eignen, die einen Zugriff mit geringer Latenz auf

On-Premises-Systeme, lokale Datenverarbeitung und Datenresidenz erfordern. Zudem sollen sie die Migration von Anwendungen mit lokalen Systemabhängigkeiten erleichtern.

Microsoft bietet mit Azure Stack HCI eine neue Plattform für Datacenter und Edge an, die ebenfalls Storage Spaces Direct unterstützt, gegenüber Windows Server aber erweiterte Clustering-Funktionen bietet. Im Gegensatz zu AWS Outposts läuft Azure Stack HCI auf von Microsoft validierten HCI-Systemen einer Vielzahl von Herstellern oder auf umgerüsteter bestehender Hardware. Das Betriebssystem wird als Azure-Dienst bereitgestellt und über den Azure Resource Manager verwaltet.

Vogel IT-Medien GmbH
 Max-Josef-Metzger-Straße 21, 86157 Augsburg
 Tel. 0821/2177-0, Fax 0821/2177-150
 eMail: redaktion@vogel.de
 www.it-business.de

Geschäftsführer:

Werner Nieberle, Günter Schürger

Co-Publisher: Lilli Kos (-300)

Chefredaktion: Sylvia Lösel (sl)

Chef vom Dienst: Dr. Andreas Bergler (ab)

Chefreporter: Michael Hase (mh)

Leitender Redakteur: Dr. Stefan Riedl (sr)

Redaktion:

Sarah Böttcher (sb), Klaus Länger (kl),
 Heidi Schuster (hs), Melanie Staudacher (ms),
 Ann-Marie Struck (amy)

Account Management:

Besa Agaj, Hannah Lamotte, Stephanie Steen
 eMail: media@vogel.de

Anzeigendisposition:

Alexandra Breuer, Elena Miller (-202)

Grafik & Layout: Carin Boehm,

Udo Scherlin, Johannes Rath, Michael Büchner

Titelbild: © Daniel Berkmann / Skellen / leowolfert
 - stock.adobe.com / [M] Udo Scherlin

EBV: Carin Boehm

Anzeigen-Layout:

Carin Boehm, Udo Scherlin, Johannes Rath

Leserservice / Mitgliederbetreuung:

Sabine Assum (-194), Fax (-228)
 eMail: vertrieb@vogel.de

Fragen zur Abonnement-Rechnung:

DataM-Services GmbH
 97103 Würzburg
 Tel.: 0931/4170-462 (Fax -494)
 eMail: vogel-it@datam-services.de

Druck:

Vogel Druck- und Medienservice GmbH
 Leibnizstr. 5
 97204 Höchberg

Haftung: Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend oder fehlerhaft sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit. Für Beiträge, die namentlich gekennzeichnet sind, ist der jeweilige Autor verantwortlich.

Copyright: Vogel IT-Medien GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, digitale Verwendung jeder Art, Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion.

Manuskripte: Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Sie werden nur zurückgesandt, wenn Rückporto beiliegt.



Vogel IT-Medien, Augsburg, ist eine 100prozentige Tochtergesellschaft der **Vogel Communications Group**, Würzburg, einem der führenden deutschen Fachinformationsanbieter mit 100+ Fachzeitschriften, 100+ Webportalen, 100+ Business-Events sowie zahlreichen mobilen Angeboten und internationalen Aktivitäten. Seit 1991 gibt Vogel IT-Medien Fachmedien für Entscheider heraus, die mit der Produktion, der Beschaffung oder dem Einsatz von Informationstechnologie beruflich befasst sind. Dabei bietet er neben Print- und Online-Medien auch ein breites Veranstaltungsportfolio an.

Die wichtigsten Angebote des Verlages sind **IT-BUSINESS**, **eGovernment Computing**, **Healthcare Computing**, **BigData-Insider**, **Blockchain-Insider**, **CloudComputing-Insider**, **DataCenter-Insider**, **Dev-Insider**, **IP-Insider**, **Security-Insider** und **Storage-Insider**.

Der nächste Channel Guide „Security“ erscheint im Juni 2021.

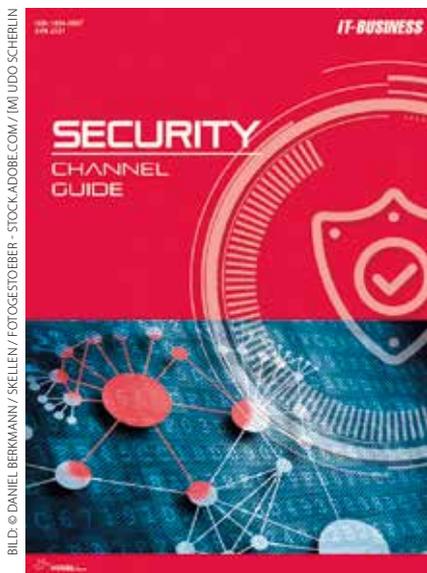


BILD: © DANIEL BERKMANN / SKELLEN / FOTOGESTOBER - STOCK.ADOBE.COM / [M] UDO SCHERLIN

Nie war Security komplexer. IoT, Edge Computing und hybride Cloud-Welten müssen sicher gestaltet werden. Dazu kommt ein immer mobiles Firmennetz – sei es durch die Anbindung von Heimarbeitsplätzen oder die Integration von 5G- und WiFi6-Welten. Welche Antworten gibt es? Wie kann der Channel partizipieren? Wir nehmen Sie mit auf die Reise. Sicher.

Redaktionell erwähnte Unternehmen

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
3KV	22	Equinix	33	N-able	28
Acer	30	Eset	18	NetApp	33
Acmeo	20	Exclusive Networks	20	New Relic	29
ADN	20	Fernao	13, 18	NTT	18
Agasysteme	22	Fortinet	20	Palo Alto	20
Also	20	G Data	18	PlusServer	10
AWS	28, 32	Gartner	12	Proofpoint	20
Axians	22	Google	28, 30, 33	PureStorage	33
Barracuda	28	HP	30	Red Hat	10
Bechtle	24	HPE	33	Samsung	30
Bitkom	7	IDC	13	Seagate	33
Bitzteam	8	Indevis	14	Solarwinds MSP	13
Cancom	24	Infinigate	20, 28	Statista	12, 13
Chronicle	20	Ingram Micro	20	Synaxon	10
Cloudian	32	ISG	7, 12	Tec Networks	7
Concat	8	IT-On.net	18	Tech Data	20
Connectwise	28	Kaemi	7	Telekom	24
Controlware	18, 22	Kaseya	28	The Channel Company	16
Data Dog	28	Krämer IT	28	Trend Micro	13
Datto	18, 28	Lenovo	30	Vanson Bourne	7
Dell	33	Levigo	18	Watchguard	20
Dynatrace	28	Microsoft	28, 33	WCV IT	14
Ebertlang	16	Midland IT	8, 14	YesWeHack	18

Inserenten

Firma	Seite	Firma	Seite
ADN Advanced Digital Network Distribution GmbH	17	noris network AG	36
Carbonite GmbH	11	Nuvias Deutschland GmbH	25
Datto GmbH	21	Sophos Technology GmbH	9
Enginsight GmbH	5	Tech Data GmbH & Co. OHG	15
Eset Deutschland GmbH	27	Vogel IT-Akademie	31
Kaspersky Labs GmbH	35	WatchGuard Technologies GmbH	2



Setzen Sie auf Kaspersky!

Werden Sie jetzt Kaspersky-Partner und profitieren Sie von hohen Margen, attraktiven MSP-Vertriebswegen, umfassendem Support und vielen weiteren Benefits.

kas.pr/vendor-no-1

Sie wollen Ihren Security- Anbieter jetzt wechseln?

kaspersky

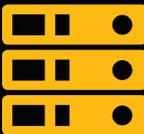
BRING ON
THE FUTURE



A black and white photograph of a lion roaring, with its mouth wide open showing its teeth. The lion is positioned in the foreground, and in the background, there are rows of server racks in a data center. The lighting is dramatic, highlighting the lion's mane and the texture of the server racks.

noris network

**RZ-SICHERHEIT?
WIR ÜBERTREIBEN**

G  RNE!

FREIE RECHENZENTRUMSFLÄCHEN
MÜNCHEN | NÜRNBERG | HOF



noris.de/unsere-rechenzentren