

IT-BUSINESS

Die Fachzeitschrift für den ITK-Markt

1

24. Januar – 6. Februar 2022

32. Jahrgang

€ 6,- ISSN 1864-0907

AV & DIGITAL SIGNAGE

Kalte Partnerlandschaft

Forciert Microsoft das Direktgeschäft, um Azure zu pushen? Partnerstimmen zur „New Commerce Experience“.

> 16

Heiße Tech-Trends

Nachhaltigkeit, Mobility, New Work, KI, Gaming und Performance: Die CES in Las Vegas setzt neue Maßstäbe.

> 36

Grüne Smartphones

Was verstehen die Smartphone-Hersteller unter Nachhaltigkeit? Ein Überblick über die neuesten Geräte.

> 42



Es ist an der Zeit,
dass wir den Schmerz
angehen, den jeder
Cloud-Kunde in Europa
derzeit täglich erlebt.

Tim Kartali, Head of Channel Sales

IONOS Cloud Partnerprogramm

Cloud-Kunden benötigen jetzt uneingeschränkte rechtliche Sicherheit, einen lückenlosen Schutz ihrer Daten, Fairness im Preismodell und eine echte Betreuung.

Wir alle werden profitieren, wenn wir unsere Kräfte bündeln.
Gemeinsam mit Ihnen sind wir die europäische Cloud-Alternative.

Lernen Sie uns kennen

cloud.ionos.de/partner





BILD: FIEDELS - STOCK.ADOBE.COM

Alle elf Minuten



Ira Zahorsky, Redakteurin
IT-BUSINESS

Die Anforderungen an IT-Systeme wachsen, Bedrohungen nehmen zu, Fachkräfte dagegen sind rar. In den MINT-Berufen fehlen qualifizierte Arbeitnehmer. Das hat die Corona-Pandemie in den vergangenen zwei Jahren verdeutlicht. Der Personalengpass verlangsamt wiederum die Digitalisierung – die Katze beißt sich also selbst in den Schwanz.

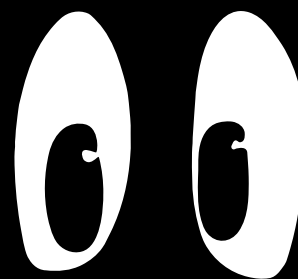
96.000 freie Stellen gab es 2021 in Deutschland, hat der Bitkom herausgefunden. Das ist die zweithöchste Zahl seit Beginn der Untersuchungen im Jahr 2011. Rund acht IT-Fachkräfte sucht jedes deutsche Unternehmen. Doch woher nehmen, und nicht stehlen?

Um im „War of Talents“ zu bestehen, müssen Unternehmen die Wünsche der IT-Profis ernst nehmen. Dies ist gar nicht so schwer: Work-Life-Balance, flexibles Arbeiten, Unternehmenskultur und Karrierechancen stehen bei den meisten Software-Entwicklern, Systemadministratoren oder Datenanalysten vor Gehalt und Tech Stack.

Die Attraktivität des Unternehmens ist also ausschlaggebend dafür, dass das IT-Knowhow nicht zur Konkurrenz abwandert. Es ist wie beim Dating: Eine adrette Erscheinung bringt Pluspunkte, wenn man alle elf Minuten einen Treffer landen will.

Pimpfen Sie also Ihre Arbeitsstrukturen, pflegen Sie Ihr Employer Branding und verpassen Sie Ihrer Social-Media-Präsenz ein Make Over. Und wenn es auch hinter der Fassade passt, dann ist Ihr Unternehmen auch dauerhaft anziehend und begehrenswert.

ira.zahorsky@it-business.de



STROM WEG – DATEN WEG?

Der USV-Hersteller
mit 36 Monaten Garantie

Telefon: 089-242 39 90-10
E-Mail: info@online-usv.de
www.online-usv.de



ONLINE 
USV · SYSTEME AG
Luise-Ullrich-Straße 8 • 82031 Grünwald

IT-BUSINESS

CHANNEL FOKUS

AV & Digital Signage

STARKE NACHFRAGE, SCHWACHE LIEFERKETTEN

Die Digital-Signage-Branche kam bisher relativ gut durch die Pandemie. Viele Projekte wurden sogar vorgezogen, sogar im Retail-Sektor. Ein erhebliches Problem ist allerdings der ausreichende Nachschub an Produkten aus Fernost. 26



Im Partneruniversum von Microsoft wird es kühl. Was bringt die „New Commerce Experience“? 16



Managed Services und Automatisierung: G Data forciert strategische Partnerschaften. 20



CES 2022: Nachhaltige Produkte für hybrides Arbeiten und Leben 36

MARKT & TRENDS

- 6 **Termine:** Impulse für sicheres und hybrides Arbeiten 14 **Als MSSP Enabler** statt Distributor sieht sich Cyber Monks.
- 8 **Distribution:** Virtualisierung, As a Service und ganz viel Security 16 **Microsoft:** dunkle Wolken im Partneruniversum
- 9 **Das Personalkarussell** nimmt wieder Fahrt auf. 20 **Mehr Mut** wünscht sich Hendrik Flierman von G Data vom Channel.
- 10 **Nuvias** schiebt das UC-Geschäft in der DACH-Region an. 22 **ECM trifft CRM:** Software wächst zusammen.
- 12 **Cloud als Booster:** ADN macht Partner fit für Managed Services. 23 **IT-Bürokratie:** Datenschutz versus Informationssicherheit

TECHNOLOGIEN & LÖSUNGEN

- 34 **Robuste Hardware** für raue Umweltbedingungen 42 **Nachhaltige Smartphones:** Wir geben einen Überblick.
- 35 **„Extended Detection and Response“** kann man vielseitig einsetzen. 44 **SAP:** Die Support-Uhr für Altsysteme tickt.
- 36 **CES 2022:** Produkte für das Leben in und nach der Pandemie 46 **Der Lock-In-Effekt** der Cloud und die Eagles
- 47 **Ist „Observability“** das neue Monitoring?
- 48 **Impressum**

SAMSUNG

Samsung SMART Signage

Für jeden Einsatz die passende Display-Lösung:

Von Einzelhandel bis Flughafen, von Indoor bis Outdoor - mit den SMART Signage Displays von Samsung werden Botschaften in brillanter Bildqualität sichtbar gemacht.

UHD Upscaling

bis 24/7

HDR+

SoC

Dynamic Crystal Color

MagicInfo™ CMS



Samsung The Wall

Micro LED Signage der neuesten Generation

The Wall erweckt Bilder in einer noch nie dagewesenen makellosen Qualität zum Leben. Von tiefsten Schwarztönen bis hin zu hellsten Weißtönen, Bildqualität ohne Kompromisse.

Flexible Installation

KI-Bilddoptimierung

Ultra Chroma Technologie

Black-Seal-Technologie

ITZ

Display Solutions



Full-Service Distribution
für den Fachhandel:

+49 201 24714 50

display.solutions@itz-essen.de

Mehr Infos unter
www.itz-display.solutions

ITZ Informationstechnologie GmbH
Heinrich-Held-Straße 16 | 45133 Essen

Zur Info

In dieser Timeline finden Sie einen Ausblick auf die Ereignisse der kommenden zwei Wochen.



Autor: Ira Zahorsky

email: ira.zahorsky@it-business.de
tel: 0821 2177 310



Wollen auch Sie Ihre Veranstaltung hier ankündigen? Dann mailen Sie uns die Informationen (Text, Bild) bis spätestens zwei Wochen vor Erscheinen der nächsten Ausgabe an:

Timeline@it-business.de



BILD: PETERSCHREIBER.MEDIA / STOCK.ADOBE.COM

25.1.

IoT & Kritis: Das IT-Sicherheitsgesetz 2.0

In einem Webinar gibt Check Point einen Einblick, wie man potenzielle Risiken und Gefahren durch den Anstieg von IoT-Geräten erkennt und durch State-of-the-Art Lösungen beseitigt. Ebenfalls auf der Agenda: Welche Anforderungen ergeben sich durch das IT-Sicherheitsgesetz 2.0 für Unternehmen, und wie sind sie umzusetzen, um hohe Bußgelder zu vermeiden? bit.ly/Check-Point-IoT-Kritis

2.2.

So gelingt hybrides Arbeiten

Unter dem Motto „Integrate your VoIP“ präsentiert Peoplefone am zweiten Strategietag in Vorträgen, Workshops und Diskussionsrunden Trends und Lösungen zu aktuellen Herausforderungen in der Kommuni-

kation. An virtuellen Messeständen können Gäste den ganzen Tag über Termine mit Ausstellern vereinbaren. <https://strategie.peoplefone.info>



BILD: PEOPLEFONE

27.1.

Comteam-Impulstag „Am Unternehmen arbeiten“

Wer dauerhaft erfolgreich sein will, muss seine Geschäftsmodelle von Zeit zu Zeit hinterfragen und gegebenenfalls anpassen. Anregungen geben

Experten beim ComTeam-Impulstag. Die Teilnahme ist für Partner kostenfrei, externe Teilnehmer zahlen 99 Euro (zzgl. MwSt.). bit.ly/ComTeam-Impulstag



BILD: COMTEAM

JANUAR / FEBRUAR

DIGITALPAKT SCHULE

26.1.

Digitalpakt Schule

Das Corona-Virus hat der Digitalisierung im Schulwesen zweifellos einen enormen Schub verliehen. Doch noch immer gibt es zahlreiche Herausforderungen beim „DigitalPakt Schule“, und die digitalen Missstände in deutschen Schulen offenbaren ihre Tragweite. Bei der „DigitalPakt Schule 2022 Virtual Conference“ der Vogel IT-Akademie diskutieren Entscheider des Bildungs- und Schulwesens mit Experten und Anbietern.

www.digitalpaktschule-konferenz.de

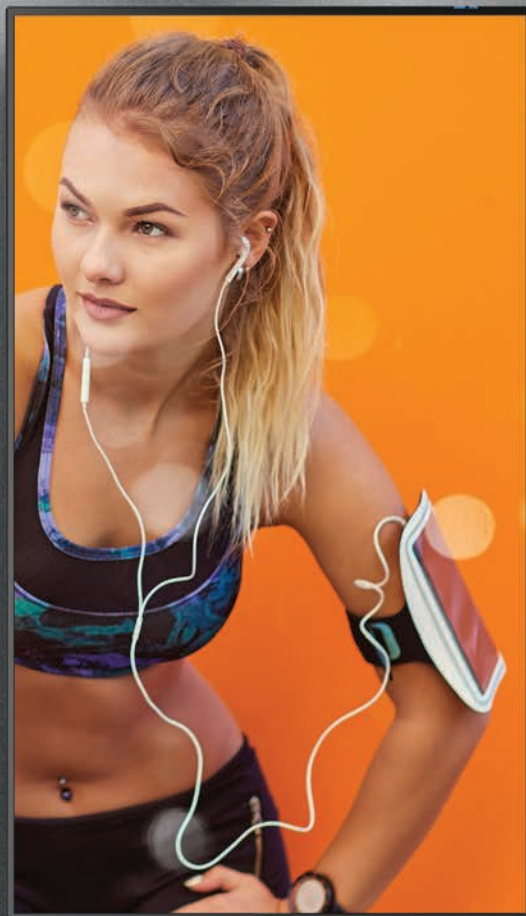
verschoben auf 10. bis 13.5. Integrated Systems Europe (ISE)

Ursprünglich sollte die Integrated Systems Europe dieses Jahr vom 1. bis 4. Februar vor Ort in Barcelona stattfinden. Aufgrund der Omikron-Situation wurde sie auf den Mai verschoben. Es soll sechs verschiedene Technologiezonen geben: Unified Comms & Education Technology, Residential & Smart Building, Multi-Technology, Digital Signage & DoOH, Audio sowie Lighting & Staging. Neben den Produktvorstellungen gibt es ein Konferenzprogramm sowie zahlreiche Summits, Panels und Breakout Sessions.

www.iseurope.org



BILD: ISE



DIE NEUE ME | M | MA SERIE

Ihre Message, Ihre Entscheidung!

Unsere neue MESSAGE Produktlinie bietet Ihnen mehr Wahlmöglichkeiten als je zuvor. Übernehmen Sie selbst das Steuer und gestalten Sie Ihre Signage-Installation nach Ihren individuellen Anforderungen. Performance, Flexibilität, Konnektivität, Zusatzoptionen - Sie entscheiden, was Sie brauchen und wofür Sie bezahlen. Dank des integrierten NEC MediaPlayer ist Ihr Signage-Erlebnis sofort einsatzbereit.

Setzen Sie auf die bewährte Performance von Sharp/NEC und wählen Sie aus den Modellen der neuen ME-, M- und MA-Serie die optimale Display-Lösung für Ihre Signage- oder Meeting-Anforderungen.

Besuchen Sie uns auf www.sharpnecdisplays.eu

SHARP / NEC

DISTRIBUTOREN & VERTRÄGE

Tech Data investiert in das As-a-Service-Geschäft



BILD: LEOWOLFERT - STOCK.ADOBE.COM

X as a Service (XaaS) ist auf dem Vormarsch.

Der Broadliner Tech Data hat den britischen Dienstleister Attco Global Services und dessen Tochter EKM gekauft. Die international agierenden Unternehmen sind spezialisiert auf Technology as a Service (TaaS). Sie unterstützen Anbieter mithilfe von Methodi-

ken, Ressourcen und Tools dabei, Produkte und Dienstleistungen auf der Basis von Subskriptionen bereitzustellen. Dabei arbeiten die Briten mit Herstellern, Distributoren und Resellern zusammen. Durch die Akquisition sieht sich Tech Data in der Lage, Partnern innovative und flexible TaaS-Lösungen anzubieten. Den Angaben zufolge ist die Online-Plattform von Attco bereits mit den E-Commerce-Systemen des Distributors verbunden. mh

Tarox wird Reseller für Proxmox



BILD: FRAUKE SCHUMANN

Stefan Voss, Produktmanager Server bei Tarox

Drei Open-Source-Produkte vertreibt Tarox ab sofort für den Wiener Hersteller Proxmox in Deutschland: die Virtualisierungsplattform Virtual Environment, Backup Server für die Datensicherung sowie eine Anti-Spam- und Anti-Viren-Software.

Für alle Anwendungen bietet der Distributor außerdem die Installation sowie den Support an. Dafür werden die Mitarbeiter fortlaufend geschult. Laut Stefan Voss, der als Produktmanager für Server bei Tarox zuständig ist, suchen Kunden, die bereits physische Server bei dem Distributor kaufen, nach „einer flexiblen Alternative für virtualisierte IT-Infrastruktur“. ms

Also vertreibt CrowdStrike über Cloud-Marktplatz

Der Also Cloud Marketplace hat mehrere Facetten. So birgt er eine digitale Plattform für Cybersecurity. Managed Security Service Providern (MSSPs) stehen darüber Anwendungen und Dienstleistungen bereit, mit denen sie Geräte, Netzwerke und Daten ihrer Kunden schützen können. Mit der Falcon Plattform von CrowdStrike erweitert Also das Angebot um Tools zur Erkennung und Abwehr von Cyberangriffen. Die Lösung des kalifornischen Herstellers ist seit diesem Monat über den Cloud-Marktplatz des Distributors verfügbar.

Falcon vereint Antivirus, Endpoint Detection & Response, Threat Hunting, Vulnerability Management und Threat Intelligence auf einer Cloud-nativen Plattform. CrowdStrike zufolge erfasst und analysiert das System weltweit pro Tag rund 80 Milliarden Sicherheitsereignisse in Echtzeit. Die so gewonnenen Threat-Informationen sollen Aufschluss über Motive, Tools und Taktiken von Angreifern geben und so Handlungsempfehlungen zur Abwehr von Bedrohungen liefern. Neben System- und Beratungshäusern bilden MSSPs für CrowdStrike einen wichtigen Vermarktungskanal. Der Hersteller unterstützt sie durch Tools zur automatisierten Bereitstellung und Konfiguration der Lösung sowie durch eine

BILD: KRAN77 - STOCK.ADOBE.COM



CrowdStrike stellt Erkennungs- und Schutzfunktionen in der Cloud bereit.

Management-Konsole, die einen Überblick über alle Kundenumgebungen bietet. In der Zusammenarbeit mit Also steht diese Partnergruppe im Mittelpunkt. CrowdStrike hat die Falcon Plattform auf dem europäischen Markt ursprünglich in einem einstufigen Modell über Partner vertrieben. Im Februar vergangenen Jahres schloss der nordamerikanische Hersteller dann erstmals einen Vertrag mit einem Distributor, und zwar mit Westcon-Comstor. Jetzt kommt mit der Also Group ein zweiter europaweit agierender ITK-Großhändler hinzu. mh

Der Schweizer VAD Infigate expandiert in Frankreich

Infigate hat zum Jahresbeginn den französischen VAD D2B Informatique aus dem Großraum Paris übernommen. Damit baut der Security-Distributor mit

Hauptsitz im schweizerischen Rotkreuz seine Präsenz im Nachbarland aus. In Frankreich ist Infigate seit 2014 mit einer Landesgesellschaft vertreten. Das Unternehmen bezeichnet die Akquisition als wichtigen Schritt bei der Umsetzung seiner Expansionsstrategie. Im vergangenen Oktober gab Klaus Schlichtherle, CEO bei Infigate, das Ziel aus, den Gesamtumsatz bis 2024 auf 1,5 Milliarden Euro zu steigern. Im zuletzt abgelaufenen Geschäftsjahr, das am 21. März 2021 endete, lagen die Erlöse der Gruppe bei 650 Millionen Euro. D2B ist auf Security- und Storage-Lösungen spezialisiert und arbeitet nach eigenen Angaben mit mehr als 1.200 Systemhäusern zusammen. mh

BILD: WLADIMIR804 - STOCK.ADOBE.COM



Die Akquisition von D2B ist Teil der Wachstumsstrategie von Infigate.

Paul Bay löst Alain Monié als CEO von Ingram Micro ab

Führungswechsel bei Ingram Micro: Nach fast zehn Jahren an der Spitze des nord-amerikanischen Distributors tritt Alain Monié von seiner Position als CEO zurück, bleibt aber im Verwaltungsrat des Unternehmens. Sein Nachfolger als Konzernchef wird Paul Bay. Der langjährige Ingram-Manager leitet bislang als Executive Vice President den Geschäftsbereich Global Technology Solutions. Monié wird sich künftig als Executive Chairman in Kooperation mit dem neuen CEO und mit Platinum Equity, dem Eigentümer des Broadliners, darauf konzentrieren, den Wachstumskurs des weltweit agierenden Unternehmens zu forcieren.

Bay habe in den vergangenen Jahren „ein beispielloses Engagement für unsere Mitarbeiter, Kunden, Partner und Aktionäre gezeigt“, lobt Monié seinen Nachfolger. Er könne sich niemanden vorstellen, der besser geeignet wäre, Ingram Micro durch die nächsten Kapitel der Unternehmensgeschichte zu führen.

In seiner Rolle als CEO leitet Bay weiterhin den Geschäftsbereich Global Technology Solutions, an dessen Spitze er seit 2020 steht. Zudem zeichnet der Manager künftig auch für das weltweite Cloud-Team des Distributors verantwortlich, da Nimesh Davé, President Global Cloud, das Unternehmen verlässt. Bay kam 1995



BILD: INGRAM MICRO

Paul Bay, bislang Leiter Global Technology Solutions bei Ingram Micro, wird Konzernchef.

zu Ingram Micro. Nach Funktionen im Vendor Management stieg er zum Senior Vice President auf. 2006 verließ Bay das Unternehmen, um als CEO beim Hersteller Punch Software zu arbeiten. 2010 kehrte er als President für Nordamerika zu Ingram zurück. 2016 stieg er zum Group President of the Americas auf. Der Broadliner gehört seit Mitte 2021 dem kalifornischen Investor Platinum. Der übernahm die Anteile für 7,2 Milliarden Dollar von der HNA Group, einem chinesischen Mischkonzern, der Ingram Micro Ende 2016 gekauft hatte. mh

Führungswechsel bei Littlebit Technology



BILD: JOULE PERFORMANCE

Patrick Matzinger (li.), hat im Januar 2022 die operative Führung der Littlebit Technology Gruppe an seinen Nachfolger Stefan Ebnöther (re.) übergeben.

ich zu ihm gesagt: Eines Tages werde ich für die Littlebit arbeiten. 2020 war es dann tatsächlich soweit und heute darf ich in die großen Fußstapfen von Patrick Matzinger treten“, so Stefan Ebnöther zu seiner neuen Position. hs

Dass Patrick Matzinger als CEO aufhört, war bei Littlebit schon länger bekannt. Stefan Ebnöther hat bereits im vergangenen Jahr Schritt für Schritt das operative Geschäft von Matzinger übernommen, der als Verwaltungsratspräsident aktiv im Unternehmen bleibt. Ebnöther bringt rund 20 Jahre Erfahrung in der IT-Branche mit und war zuletzt im Corporate-Umfeld bei Samsung tätig. Im Sommer 2020 wechselte er zu Littlebit als Chief Branding Officer (CBO).

„Im vergangenen Jahrzehnt habe ich mich mit Patrick Matzinger immer wieder über unsere Branche und das Distributionsgeschäft ausgetauscht. Schon vor mehr als acht Jahren habe

KÖPFE & KARRIEREN

Katja Neumann leitet den Channel bei Vertiv

Mit Beginn des neuen Jahres ist Katja Neumann intern bei Vertiv aufgestiegen. Sie leitet jetzt als Channel Director DACH die Vertriebsaktivitäten. Bereits als Distribution Channel Manager DACH war die Nachfolgerin von Ismayil Basusta seit 2019 an der Entwicklung des indirekten Vertriebs in der Region beteiligt. In ihrer neuen Position soll sie das Partner-Netzwerk weiter ausbauen und das Partnerprogramm mit neuen Ideen anreichern. Ehe die neue Channel-Chefin zu Vertiv kam, arbeitete sie etwas mehr als zwölf Jahre lang bei NEC als Distribution Manager. Zuvor war sie zehn Jahre lang beim Distributor Ingram Micro tätig, zunächst als Account Manager und dann als Sales Supervisor. ms



BILD: VERTIV

Katja Neumann steigt bei Vertiv intern auf.

Jens Pälmer wechselt von Palo Alto zu Cybereason

Den Mittelstand hat Jens Pälmer, der seit dem 1. Januar als Senior Director Partnership Central Europe beim XDR-Spezialisten an Bord ist, im Fokus. Diesen über den Channel zu adressieren, ist eines der zentralen Themen für das kommende Jahr. Der Manager, der zuvor über fünf Jahre bei Palo Alto und zwei Jahre bei VMware war, sieht darüber hinaus die Vertiefung bestehender Partnerschaften als eine wichtige Aufgabe. Dazu gehören sowohl die Systemhaus-Partner, als auch die Hyperscaler. Auch mit Google Cloud hat der amerikanische Anbieter bereits eine Kooperation geschlossen. sl



BILD: CYBEREASON

Neuzugang bei Cybereason: Jens Pälmer

NUVIAS SCHIEBT UC IN DER DACH-REGION AN

Die Nuvias Group hat den UC-Spezialisten Alliance Technologies aus Bad Homburg übernommen. Dessen Team bildet nun den Kern eines neuen Geschäftsbereichs in der DACH-Region. Kommunikation wird damit bei Nuvias auch im hiesigen Markt zum Schwerpunkt.



BILD: DEAGREEZ - STOCKADobe.COM

Unified Communications (UC) gilt seit den Anfängen im Jahr 2016 als Kompetenzfeld der Nuvias Group. Die Disziplin spielt allerdings noch nicht bei allen regionalen Gesellschaften des britischen Distributors eine strategische Rolle. Im deutschsprachigen Raum lagen die Schwerpunkte bislang vor allem auf Networking und Security. Nun dehnt die Gruppe das Spektrum auch im hiesigen Markt auf UC aus. Dazu hat sie mit Alliance Technologies einen ausgewiesenen Spezialisten erworben.

Das Unternehmen aus Bad Homburg ist autorisierter Distributor von Audiocodes, einem Anbieter von Session Border Controllern (SBC). Außerdem agiert es als Partner von Microsoft im Rahmen des Programms für Cloud Solution Provider (CSP) sowie als Partner der Conferencing-Anbieter Pexip und Zoom. Neben der Bereitstellung von Technologie unterstützen die Hessen ihre Systemhauspartner beim Aufbau und Betrieb von Voice- und Video-Kommunikationslösungen auf All-

IP-Basis. Zu den Leistungen, die sie dabei erbringen, gehören Beratung, Lösungsdesign, Implementierung, Wartung und 24/7-Monitoring.

Nach dem Kauf durch Nuvias bildet das zehnköpfige Team von Alliance innerhalb der Gruppe nun den Kern des Geschäftsbereichs Unified Communications in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH). Für eine Übergangszeit firmiert das Unternehmen noch unter dem bisherigen Namen. Ein Rebranding ist aber beschlossene Sache. „Wir halten es für unerlässlich, dass wir als One Company auftreten“, betont Dietmar Kraume, Managing Director bei Alliance. „Ziel muss es sein, dass wir zu Nuvias UC in der DACH-Region werden.“

Mit dem Eintritt in die Gruppe vergrößert sich zugleich das Portfolio des Spezialdistributors um einige Hersteller, mit denen die Briten bereits in anderen Ländern zusammenarbeiten. Dabei handelt es sich um

die Anbieter Bluejeans, DTEN, Lifesize, Poly und Yealink. Zudem profitiert Alliance von den europaweiten Verträgen, die Nuvias in den vergangenen beiden Jahren mit Pexip und Zoom geschlossen hat, so dass die UC-Experten nun auch bei diesen Anbietern als autorisierter Distributor agieren können. Um das breitere Portfolio zu bewältigen, soll das Personal in Vertrieb und Technik aufgestockt werden.

Auch bei Dienstleistungen sieht Kraume das Unternehmen durch die neue Muttergesellschaft gestärkt. So könne sein Team künftig auf zusätzliche Ressourcen zugreifen und Konzepte innerhalb der Gruppe austauschen. „Die Mischung aus den Lösungen und der Marktpräsenz von Alliance sowie den Herstellerpartnerschaften und Professional Services von Nuvias UC ist eine starke Kombination.“

Umgekehrt betrachtet man bei Nuvias die neue Tochtergesellschaft als Zugewinn. Gemeinsam mit den Spezialisten aus Bad Homburg werde Nuvias UC „eine stärkere, lokale Präsenz in der DACH-Region aufbauen“, kündigt Jeremy Keefe, CEO des Geschäftsbereichs, an. „Mit der Expertise von Alliance in den Bereichen Voice, Video, Kundenbetreuung und Cloud Services werden wir in der Lage sein, unseren Partnern und Herstellern einen noch größeren Mehrwert zu bieten.“

In der DACH-Region könne der Distributor seinen Partnern nun „weitere spezialisierte Produkte und Dienstleistungen anbieten, die es ihnen ermöglichen, das schnell wachsende Potenzial von UC voll auszuschöpfen“, ergänzt Helge Scherff, Vice President Central Europe bei Nuvias. Damit seien Systemhäuser und MSPs in der Lage, „eine größere Bandbreite an Anforderungen ihrer Kunden zu erfüllen“.



Mehr unter:
<https://bit.ly/NuviasNuMSP>

Autor:
Michael Hase



Für AV- & Digital Signage Projekte benötigen Sie einen kompetenten Distributionspartner.

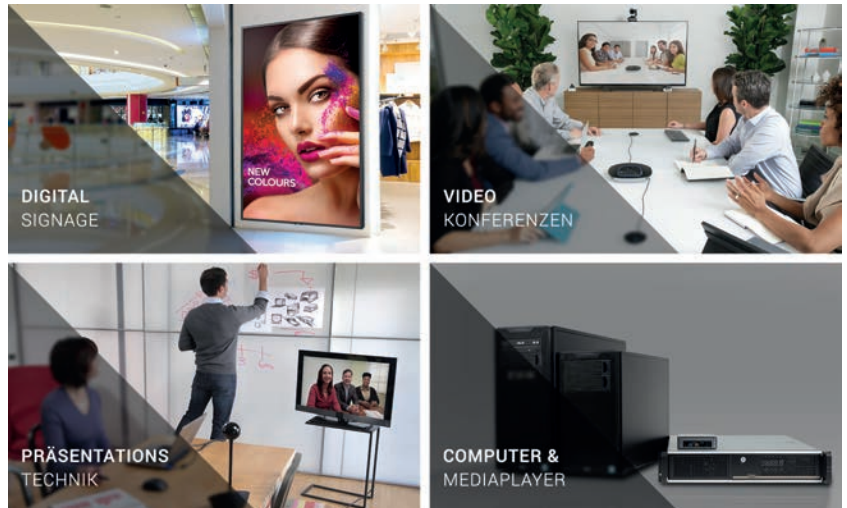
Lösungen für die digitale Kommunikation sind gefragt wie noch nie. Ob im Bereich von Digital Signage, Pro-AV, Video Konferenz oder Präsentationslösungen – als Systemintegrator oder Reseller sind Sie mit einer enormen Nachfrage konfrontiert. Da benötigen Sie einen kompetenten und erfahrenen Partner in der Distribution.

Als etablierter IT-Distributor mit Sitz in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und den Niederlanden stellt die Littlebit Technology AG nicht nur ein hochwertiges Produkt-Portfolio bereit, sondern unterstützt den Reseller-Markt und den Fachhandel zudem mit gewinnbringenden Services.

Dank langjähriger Expertise, Partnerschaften mit vielen namhaften Marken und repräsentativen Referenzprojekten stärkt das Unternehmen Ihnen den Rücken in allen Projekten der digitalen Kommunikation.

Vollumfängliche Projektunterstützung - abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse

Ihr Angebot ist einzigartig! Deshalb sind individuelle Lösungen gefragt, damit Sie Ihre Kommunikationsprojekte auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden abstimmen können. Auf Wunsch hilft Littlebit Technology bei der technischen Konzepterstellung sowie beim Know-How Transfer.



Das Lösungsportfolio der Littlebit Technology AG

Die inkludierten Dienstleistungen umfassen:

- » Distribution und Logistik
- » Hersteller-Vertretung vieler namhaften Marken
- » Entwicklung von Computing-Systemen der Eigenmarke axxiv
- » Value-Add Leistungen wie z.B. Customising, Projektmanagement, Roll-out Support und Remote Monitoring

Zahlreiche Referenzprojekte

Die Littlebit Technology AG darf bereits auf zahlreiche Erfolgsgeschichten zurückblicken. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit Systemintegratoren und Resellern sind in den letzten Jahren vielfältige Referenzprojekte entstanden. Auszüge davon finden Sie unter www.littlebit.ch. Überzeugen Sie sich selbst!

Ihr Interesse ist geweckt? Dann holen Sie sich alle weiteren Informationen hier:



intel
partner
Titanium

Littlebit Technology AG

Bösch 83
6331 Hünenberg
+41 41 785 11 11 | info@littlebit.ch
www.littlebit.ch/digitale-kommunikation

DIE CLOUD IST EIN BOOSTER FÜR MANAGED SERVICES

As a Service setzt sich auf allen Feldern durch: vom Digital Workplace über die Infrastruktur bis zur Security. Die Distribution kann Partner fit für die neuen Aufgaben machen. Wie das geht, weiß ADN-Chef Hermann Ramacher und hat konkrete Beispiele parat.



ADN-Chef Hermann Ramacher sieht durch die Cloud ein „gewaltiges“ Potenzial für Partner entstehen.

BILD: ADN

Bei Managed Services erleben wir eine zweite Welle, in der Services aus Segmenten wie Network oder Security auf steigende Nachfrage stoßen. Wie nehmen Sie die Situation wahr?

Ramacher: Ich teile die Aussage, dass insbesondere Network und Security als Managed Service immer stärker nachgefragt werden. Ein Grund für die aktuelle Steigerung liegt auch darin, dass sich bei Endkunden die Sichtweise verändert hat. IT-Security-Management als Service aus der Cloud war für sie lange Zeit keine Option – ebenso wenig wie für ihre Technologielieferanten aus dem Channel. Ich erinnere mich an Gespräche mit Händlern, die noch vor drei, vier Jahren datenschutzrechtliche Einwände gegen Security-Services aus der Cloud vorbrachten. Wichtige Unternehmensdaten gehörten ihrer Einschätzung nach nicht in die Cloud. Dieser Sichtweise begegnet man heute sowohl im Mittelstand

als auch in der Großindustrie immer seltener. Es gibt mehr Zutrauen in die Cloud.

Wie hat sich die Pandemie auf das Security-Segment ausgewirkt?

Ramacher: Sie hat dazu geführt, dass Mitarbeiter über Cloud-Dienste Unternehmensdaten abgerufen haben, und zwar häufig mit Endgeräten, die gar nicht zur Unternehmens-IT gehörten. Dadurch sind für die Security ganz neue Aufgaben entstanden. Die bestehende Security-Architektur musste grundlegend überdacht und an die neuen, dezentralen Arbeitsstrukturen angepasst werden. Zunächst verboten die Abstandsregelungen den Einsatz vor Ort, was den Dienstleistern das Leben erschwerte, sich aber auf die Nachfrage nach Managed Security Services wie ein Booster auswirkte. In dieser Situation mussten sich viele Partner neu orientieren, und dabei brauchten sie gezielte Unterstützung.

Verändern sich damit auch die Anforderungen an die Distribution? Brauchen Partner im Netzwerk- und Security-Geschäft mehr und andere Formen von Unterstützung?

Ramacher: Sicher! Die Distribution hat heute verstärkt die Aufgabe, Partnern das mit Managed Services einhergehende Geschäftsmodell genau darzulegen. Anschließend müssen wir sie in die Lage versetzen, umfassende Netzwerk- und Security-Lösungen aufzubauen und ihren Endkunden auf Basis eigener Service Level Agreements (SLAs) anzubieten. Es ist etwas völlig anderes, ob man Produkte auf klassischem Weg verkauft oder Service-Pakete aus Security-Services und zusätzlichen Dienstleistungen zusammenstellt und vermarktet. Da sind wir als VAD gefordert, unsere Partner bei der Vertragsgestaltung so zu unterstützen, dass sie in diesem neuen Geschäftsfeld einfach und sicher Verträge mit ihren Endkunden schließen können. Für uns als VAD liegt eine große Herausforderung darin, den Partnern die bestmögliche Hilfestellung zu geben, damit sie Managed Services fachgerecht und rechtlich wasserdicht anbieten können.

Nehmen Sie die Cloud auch auf anderen Technologiefeldern, wie Sie es eben formuliert haben, als Booster für das Managed-Services-Geschäft wahr?

Ramacher: Ja. Ein Beispiel dafür sind die ebenfalls stark nachgefragten Storage Cloud Services. Gerade die S3-Schnittstelle für die Objektspeicherung in der Cloud, die viele Storage-Hersteller anbieten, hat dazu beigetragen, dass Daten verstärkt in die Cloud verlagert werden. Dort sehen wir einen ähnlichen Support-Bedarf wie bei Netzwerk und Security. Solche Veränderungen sollte ein guter Distributor von Beginn an begleiten und seine Partner intensiv dazu beraten. Auch Backup- und Datenmanagement-Lösungen, die bislang vor allem in lokalen Umgebungen zum Einsatz kamen, werden mehr und mehr als Cloud-

Services angeboten. Entsprechend brauchen die Partner fundierte fachliche Unterstützung beim Erstellen eigener SLAs. Nicht zu vergessen sind UCC- und VDI-Lösungen, die von Unternehmen jeder Größe verstärkt in Cloud-Umgebungen eingesetzt werden. Über alle Technologiesegmente hinweg wächst die Zahl der Cloud-Services, und damit nehmen die Möglichkeiten für Partner, Managed Services anzubieten, gewaltig zu.

Der Umstieg auf Cloud und Managed Services ist für Systemhäuser oft mit einer grundlegenden Neuorientierung verbunden. Muss die Distribution somit nicht früher ansetzen, als das beim klassischen Partner-Enabling der Fall ist?

Ramacher: Das tun wir. So haben wir mit unserem „ADN Startup-Programm“ ein Expertenteam zusammengestellt, das IT-Gründern hilft, sich im Cloud-Geschäft von Anfang an richtig aufzustellen. Wir begleiten die Journey von der Unterstützung einer fundierten Geschäftsstrategie über die erste technische Umsetzung bis hin zum effizienten Vertrieb. Da sehe ich uns stark in der Rolle eines Mentors, der die für Neulinge oft recht undurchsichtigen Pfade im Cloud-Geschäft entwirrt und sie so berät, dass sie ihre Geschäftsidee auf solidem Fundament ausbauen. Mein zweites Lieblingsthema ist ein sogenannter Onboarding-Prozess. Dahinter steht die Frage, wie man einen Partner, der bei Managed Cloud Services am Anfang steht, wirklich auf die Erfolgsspur bringt. Wir sind Experten bei diesem

Onboarding. Denn wir befähigen Partner zu einer erfolgreichen Geschäftsentwicklung. Das gelingt uns durch unsere Markterfahrung, die Weitergabe von Fachwissen und die ADN-Akademie.

IDC sieht eine Hauptaufgabe der Distribution auch darin, Partnern bei der Vermarktung umfassender Lösungen, die aus Produkten und Services mehrerer Anbieter bestehen, zu helfen. Würden Sie dem zustimmen?

Ramacher: Der Einschätzung stimme ich vollkommen zu. Lassen Sie mich dazu ein Beispiel nennen. Seit November 2021 vertreiben wir exklusiv den Thin Client „HP t640 Igel Edition“, der Hardware von HP und Software von Igel zusammenbringt. Im Paket enthalten sind neben Hersteller-Services wie Pickup & Return und Maintenance auch Presales- und After-sales-Services, die ADN erbringt. Durch diese Technologie-Symbiose entsteht eine Endpoint-Lösung für Desktop-as-a-Service-Szenarien. Solche werthaltigen Komplettservices zu vermarkten, neue Kombinationen aus einzelnen Leistungen zu bilden und Partner dazu zu beraten, ist eine strategisch wichtige Säule unseres Geschäfts als VAD. Wir wollen unseren Resellern echte Mehrwerte liefern, die bei ihnen zu einem messbaren Geschäftswachstum führen. Das wird unser Ziel für die Zukunft bleiben.



Mehr unter:
<https://bit.ly/DistriMittler>

Autor:
Michael Hase



Diversifizierter VAD mit beeindruckendem Wachstum

Advanced Digital Network, kurz ADN, ist einer der erfolgreichsten VADs in Deutschland. Deswegen Wachstum bewegt sich seit Jahren im zweistelligen Bereich. 2020 lag der Umsatz bei 585 Millionen Euro. Das Bochumer Unternehmen wurde 1994 von Hermann Ramacher

BILD: ADN



Der Distributor ADN ist mit seiner Unternehmenszentrale in Bochum ansässig.

gegründet, der bis heute als Geschäftsführer und Gesellschafter die Strategie bestimmt. Der Diplom-Ökonom formte ADN zu einem diversifizierten Distributor, der sich mit Cloud, Virtual Desktop Infrastructure (VDI), Storage, Security und UCC befasst. Services und Trainings bilden Kernleistungen. Mit 250 Mitarbeitern betreut der VAD in der DACH-Region rund 6.500 Partner, zu denen Systemhäuser, MSPs und ISVs gehören. Das Unternehmen vertreibt Technologien von rund 50 Anbietern, darunter Acronis, Bitdefender, Citrix, Commvault, Dell EMC, Enreach, Igel, Ionos, Microsoft, Pure Storage, Sonicwall und Watchguard.



- ALSO^V
- api_π
- CES
- INGRAM^{micro}
- pilot^{Computerhandels GmbH}
- printec^{Druckerei für alle}
- SYSTEM^{Systemhaus für Unternehmen}

**Safe ty first = Bis zu 5 Jahre
Garantierweiterung mit
Vor-Ort-Service schon ab
27,- Euro***

Mit Kyocera Life profitieren Sie auch im Homeoffice und beim Homeschooling von der Sicherheit niedriger Betriebskosten – ohne dass eventuelle Reparaturen Sie böse überraschen.



CYBER MONKS STEIGT AUF LÖSUNGSPAKETE UM

Kein Distributor, sondern ein Enabler für Managed Security Services, will man sein: Nachdem sich Cyber Monks mittlerweile mit bekannten Herstellern im Portfolio am Markt etabliert hat, will das Unternehmen weg von Einzelprodukten und hin zu Bundles und As a Service.



CEO Anas Handous versteht sein Unternehmen Cyber Monks als Enabler, also Möglichmacher, für MSSPs.

BILD: CYBER MONKS

Erst im vergangenen Jahr hat sich mit Cyber Monks ein Managed Security Service Distributor (MSSD) formiert. Nun sagt CEO Anas Handous, das Unternehmen sei gar kein Distributor. „Wir wollten den Buchstaben D in der Formulierung haben, um auszudrücken, dass wir nicht direkt an Endkunden verkaufen, sondern über den Channel.“

Das „D“ ist deshalb nur noch fakultativ vorhanden, denn der Markt sei an die Formulierung Distributor bereits gewöhnt. Stattdessen sieht sich das Team als „MSSP Enabler“. Darunter versteht der CEO, Managed Security Service Provider und Systemintegratoren in die Lage zu versetzen, ihre Kunden gegen Cyberbedrohungen zu schützen. Dafür bietet der MSSD den Partnern flexible Abrechnungsmodelle an, mit denen sie keine Vorabinvestitionen tätigen müssen.

Distribuiert werden nicht nur Einzelprodukte, sondern individuell zusammen-

gestellte Security-Lösungen. Künftig will Cyber Monks die Lösungen als Bundles anbieten. Diese sind nach historischen Mönchen benannt, die die Geschäftsethik des Unternehmens widerspiegeln sollen. Beispiele für möglichen Pakete sind:

- Eisho: Zimperium, Eset und Ava
- Fudoki: Zimperium, Eset, Beyond Identity und Tanium
- Bankei: RiskRecon, TrapX, Hdiv und PKware
- Aishi: Zimperium, RiskRecon und Tanium
- Daiki: Agari, Tanium, Colortokens, Logichub

Alternativ zu vorgefertigten Bundles können die Partner auch eigene Pakete mit Add Ons zusammenstellen. Dafür arbeitet der Enabler aktuell an der Lösung „Design your own Monk“.

Neben dem Budget ist vor allem der Personalmangel ein kritisches Thema, auch bei großen Unternehmen. „Das merken wir

jedes Mal, wenn wir mit Firmen sprechen. Die größten Herausforderungen bei der Umstellung auf das Service-Provider-Modell sind die enormen Investitionen für das Hosting, die Ressourcen für das Service Management und die Vorabverpflichtungen in Bezug auf das Geschäftsvolumen, um die MSSP-Preise zu erhalten.“

Cyber Monks will das Onboarding für die Kunden vereinfachen, indem der MSSD sich um das lokale Hosting kümmert. Außerdem gibt es ein komplettes White Label Service Management für alle angebotenen Lösungen. Des Weiteren schaffen die Frankfurter die oftmals zeitaufwendigen Preisanfragen und die typischen Auftragsabwicklung ab. „Unsere Partner erhalten die Preisliste für ihre Lösungspakete im Voraus bei Vertragsunterzeichnung, und die Preise basieren auf einem Verbrauchsmodell. Dadurch haben unsere Partner mehr Flexibilität bei der Projektgröße, ohne Zeit damit zu verschwenden, den Anbieter oder den Distributor anzurufen, um ein Angebot für ein einzelnes Projekt zu erhalten“, erklärt Handous.

Dabei tritt jedoch nur der Reseller als MSSP beim Kunden auf. „Unsere Leistungen kommen als White Label. Wir wollen, dass die Marke Cyber Monks zu keiner Zeit beim Kunden erscheint. Er soll nicht wissen, dass wir die Plattform betreiben, auf der die Lösungen laufen und dass wir die Managed Services erbringen. Das geht alles über den Reseller.“

Handous will das „D“ nicht mehr besonders hervorheben, da sich das Unternehmen mittlerweile am Markt etabliert habe. Neben Partnerschaften mit Concat, NTT, Computacenter und EY, vertreibt Cyber Monks seit diesem Jahr auch die Produkte von Eset und Tanium.



Was MSPs wollen:
bit.ly/mssp-ready

Autor:
Melanie Staudacher



Lenovo ThinkPad

Zuverlässig. Nachhaltig. Effizient.



Lenovo ThinkPad X1 Carbon Gen 8 (Demoware in geöffneter OVP)



Intel Core i7 10510U bis 4.90, 16GB RAM, 512GB SSD NVMe, 35,6cm (14") Full HD Display mit ePrivacy Guard und On-Cell Touch HD Infrarot Webcam, Wifi ax, 4G LTE, Bluetooth, NFC & FPR



Windows 10 Pro, Lenovo Depot Support bis 09.2023, Demoware in OVP / 20U90007GE

*Das Windows 11 Upgrade steht für qualifizierte Geräte ab Ende 2021 bis 2022 zur Verfügung. Der Zeitpunkt variiert je nach Gerät. Bestimmte Features erfordern spezielle Hardware (siehe „aka.ms/windows11-spec“).

Kostenloses Upgrade
sobald verfügbar*
 Windows 11

50+ verfügbar

je **1.438,20 €**

Lenovo ThinkPad P50 Mobile Workstation (Premium Renewed Hardware)

Intel Core i7 6700HQ bis 3.50, 32GB RAM, 1TB SSD PCIe NVMe, 39,1cm (15,6") FHD IPS 1920x1080 mit Webcam, Nvidia Quadro M1000M 4GB, WLAN, Bluetooth, Finger-
print-Reader

Windows 10 Pro 64Bit, G DATA Internet Security Multi-Device mit 1 Jahr Premium Support & Updates, Acronis True Image RETEQ Edition.

+ GRATIS Lenovo ThinkPad Workstation Dock 230W

50+ verfügbar

je **718,20 €**

Bestellungen vertrieb@gsd.eu oder **+49 89 800 695 -195**

Unsere Partner:

Microsoft
AUTHORIZED
Refurbisher

Microsoft Partner
Gold OEM
Silver OEM

 Windows



TRUST IN
GERMAN
SICHERHEIT

Acronis


THE EXPERT IN IT-REMARKETING

Angebote sind grundsätzlich freibleibend. Irrtümer und Zwischenverkauf vorbehalten. Die Preise sind Fachhandels-Einkaufspreise per Stk. in EUR zzgl. der ges. MwSt. Alle genannten Geräte sind Gebrauchtgeräte, sofern nicht anders angegeben. Angebote gültig solange der Vorrat reicht. Produktabbildungen sind beispielhaft und stellen keinen Lieferumfang dar. Es gelten unsere AGB. Die Markenlogos sind Eigentum der Hersteller. RETEQ ist eine Marke der GSD Remarketing GmbH & Co. KG

IM PARTNERUNIVERSUM VON MICROSOFT WIRD ES KÜHL

Es scheint, als würde Microsoft den Partnern den Rücken kehren, das Direktgeschäft forcieren und Azure pushen. Der Gegenwind aus dem Channel ist heftig, trifft jedoch auf taube Ohren. Was steckt hinter der Kritik?



BILD: CHRISTOPHE FOUQUIN - STOCKADobe.COM

Der „Profiteur der Coronakrise“ will seine „Partner weg haben“, das „Direktgeschäft forcieren“ und „Azure pushen“ – Die Vorwürfe, die Partner gegen den amerikanischen Hyperscaler erheben, wiegen schwer. Dennoch hält Microsoft an seinem Plan, „das Partner-Ökosystem zu wandeln“, fest. Das Cloud Solution Provider (CSP) Programm ist seit dem 14. Oktober 2021 offiziell in die New Commerce Experience (NCE) Plattform (siehe Kasten) integriert. CSP-Partner sollen seitdem von „neuen Vertriebsmöglichkeiten“ und „betrieblicher Effizienz“ profitieren. Die Realität ist jedoch eine gänzlich andere. So gehen mit der Integration auf die Plattform eine Preissteigerung sowie unflexible und riskante Vertragslaufzeiten für Partner einher.

„Der größte Profiteur der Coronapandemie bedankt sich bei seinen Partnern und Kun-

den nach der Krise mit einer ordentlichen Preissteigerung. Das ist für mich unterste Schublade“, kritisiert Peter Hartl, CEO des Hosters Hartl EDV aus Hofkirchen, den amerikanischen Hyperscaler.

Für das Gros der deutschen Firmen gelten Dienstleister als „Partner of Trust“. Die Zusammenarbeit basiert auf einer Vertrauensbasis zwischen den Endkunden und den Resellern. Zahlreiche Microsoft-Partner fühlen sich wie Hartl vor den Kopf gestoßen. Denn die Preiserhöhungen im SPLA-Segment (Services Provider Licensing Agreement) lassen die Betriebskosten von Public Cloud Services in die Höhe schnellen. „Ich weiß nicht, wo das Problem bei Microsoft ist. Wir Partner machen die ganze Arbeit und nehmen Microsoft den ganzen Ärger ab. Trotzdem sind wir anscheinend unerwünscht. Microsoft will die Kunden selbst haben“, ist Hartl überzeugt.

Daniel Juhnke, Geschäftsführer bei Tec Networks, hat einen etwas differenzierteren Blick: „Preiserhöhungen sind niemals erfreulich. Microsoft steht jedoch mit der wachsenden Bedrohungen durch Cyber-Kriminalität, deren Abwehr und auch mit der Ankündigung bis 2030 nicht nur klimaneutral, sondern auch Carbon-negativ zu sein, vor hohen Investitionen.“ Letztendlich bedeuten jedoch die zusätzlichen finanziellen Belastungen für Partner ebenfalls erneute Investitionen, denn vorhandene Schnittstellen, Tools und Prozesse müssen angepasst werden. „Diese Auswirkungen spüren wir als Partner direkt und leider auch nicht zum ersten Mal“, betont der CEO. Der Managed Service Provider (MSP) Tec Networks aus Emden ist langjähriger Microsoft-Partner, der laut eigenen Angaben bereits den größten Teil seiner Klientel auf Azure migriert hat.

>> Ich weiß nicht, wo das Problem bei Microsoft ist. Wir Partner machen die ganze Arbeit und nehmen Microsoft den Ärger ab. Trotzdem sind wir anscheinend unerwünscht. Microsoft will die Kunden selbst haben.



Peter Hartl, CEO bei der Hartl Group

Auch Jan Schmidt, Director Marketing & Sales bei Busymouse sieht die Entwicklung kritisch, da der Hoster aus Hannover die Microsoft-Preiserhöhungen auch an seine über 1.600 Reselling-Partner weitergeben muss, die die Infrastruktur-Services mit der SPLA-Lizenzierung nutzen. Denn dadurch steigen auch bei Busymouse die Kosten für den Betrieb der eigenen Public Cloud Services, die auch teilweise auf Microsoft-Architektur basieren. „In der Vergangenheit konnten wir einige Preisanpassungen seitens Microsoft für unsere Partner durch Optimierungen beim Einkauf kompensieren. Dies wird jedoch bei der Häufigkeit und Höhe immer schwieriger.“

Denn Microsoft erhöht nicht zum ersten Mal die Preise. Laut einigen Partnern ist das bereits die dritte Preissteigerung innerhalb von nur vier Jahren.

Seit dem 1. Januar 2022 sind die Preise für Windows Server 2022 wie folgt gestiegen:

- Windows Server Standard Edition: 10 Prozent
- Windows Server Datacenter Edition: 10 Prozent
- Windows Server, auch über SPLA als Teil von CIS (Core Infrastructure Suite) suites erhältlich, Preise für CIS Standard: 5 Prozent und CIS Datacenter: 7 Prozent

Auch Office LTSC (Long-Term Servicing Channel) ist teurer geworden:

- Office Professional Plus: 10 Prozent
- Office Standard: 10 Prozent

Seltsamerweise betrafen „die Preissteigerungen der letzten Jahre hauptsächlich Produkte, die in direkter Konkurrenz zu Azure und Office 365 stehen“, merkt Hartl spitz an. Dass Microsoft das Cloud-Geschäft vorantreiben möchte, ist kein Geheimnis. In einem Blog-Beitrag kommuniziert das Unternehmen mit Hauptsitz in Redmond, dass man sich aktuell „von Open-License-Transaktionen hin zu Cloud- und Hybridlizenzen bewegt.“ So wurde Ende vergangenen Jahres bereits das Open-License-Programm beendet. Open

Licence war ein Microsoft-Dienst, mit dem Unternehmen Volumenlizenzen für Microsoft-Produkte erhalten konnten. Seit dem 1. Januar 2022 wird der Dienst vollständig von den neuen Lizenzierungsoptionen über CSP ersetzt.

Auch Hoster-Kollege Schmidt sieht einen Zusammenhang: „Ich persönlich kann aus strategischen Gründen nachvollziehen, dass Microsoft Azure Services und Windows 365 attraktiver machen möchte. Es sollen allerdings nicht die Bedürfnisse von Partnern unberücksichtigt bleiben, die zum Beispiel die Infrastruktur ihrer Kunden bei einem Provider wie Busymouse betreiben möchten und auch in hybriden Szenarien mit Azure auf das SPLA-Modell angewiesen sind.“

Denn eins ist klar: Durch die Integration des CSP-Programms in die New-Commerce-Plattform und die Einführung der Seat-basierten Online-Service-Angebote wird Partnern, die jetzt noch selbst eigene Infrastruktur betreiben, Wertschöpfung genommen. Microsoft stellt das jedoch gänzlich anders dar: Partner würden nun von „neuen Vertriebsmöglichkeiten und betrieblicher Effizienz“ profitieren. Durch Microsofts strategische Entscheidungen gibt es zwar laut Juhnke durchaus eine „Harmonisierung“ der unterschiedlichen Programme, Bedingungen und Konditionen. Fest steht jedoch, dass „während der Endkunde bei Azure davon wenig bemerkt, denn innerhalb der Subscription lassen sich die Ressourcen weiterhin dynamisch skalieren und nutzen, ist das bei den Seat-basierten Produkten anders. Hier hat der Kunde faktisch starre Vertragslaufzeiten“, erklärt der IT-Profi.

Apropos starre Vertragslaufzeiten: Im Rahmen der NCE-Integration hat Microsoft für CSP-Partner Vertragslaufzeiten eingeführt. So müssen Partner nun Verträge mit den Kunden schließen, die im Vorfeld auf einen, zwölf oder 36 Monate fixiert sind. Hieraus entsteht ein nicht unerhebliches Risiko für Partner. Denn falls der Kunde

Die New Commerce Experience

Die New Commerce Experience (NCE) ist laut Microsoft ein Resultat aus der vorherrschenden Digitalen Transformation. Da sich die Geschäftsmodelle der Kunden teilweise grundlegend ändern, muss sich auch das Microsoft-Partner-Ökosystem wandeln, um deren Bedürfnissen gerecht zu werden. Mit der New Commerce Experience befindet sich Microsoft auf einer „transformativen Reise“, mit der eine „mehrstufige, mehrjährige Investition in das Cloud Solution Provider Programm“ einhergeht. Dies zielt darauf ab, „das Geschäftswachstum der Partner zu beschleunigen, die Komplexität und die Kosten der Lizenzierung zu reduzieren und es den Partnern zu ermöglichen, auf die bevorzugten Kaufgewohnheiten der Kunden einzugehen.“

NCE wurde mit der Einführung von Azure 2019 gelauncht. Im Oktober 2021 wurde das CSP-Programm in die Plattform integriert. Daraus ergeben sich Neuerungen für alle CSP-Partner. Summa summarum wird der Wiederverkauf von Subscriptions weniger attraktiv. Partnern, die jetzt noch selbst Infrastruktur betreiben, wird Wertschöpfung weggenommen.

nicht zahlen kann, steht der Partner gegenüber Microsoft in der Haftung. Der Hyperscaler reagierte auf den sorgenvollen Einwand einiger Partner bezüglich des neuen Risikos zurückhaltend. Microsofts Lösung: Partner sollen vor Vertragsabschluss einen Bonitäts-Check beim Kunden anfordern oder ihn im Voraus zahlen lassen. Fraglich ist, wie praxistauglich dieser Ratschlag ist. Bei CEO Hartl, der sein Unternehmen 1992 gründete, trifft die Einführung der Vertragslaufzeiten auf Unverständnis. „Die Preiserhöhung kann ich noch irgendwie verstehen. Doch wieso nimmt man den CSP-Partnern und Kunden ihre Flexibilität? Ich verstehe das nicht. Der einzige Grund, der bleibt, ist, dass sie ihren Partnern, den Hostern, das Geschäft madig

**>> In der Vergangenheit konnten wir einige Preis-
anpassungen seitens Microsoft für unsere Partner
durch Optimierungen beim Einkauf kompensie-
ren. Dies wird jedoch bei der Häufigkeit und Höhe
immer schwieriger.**



Jan Schmidt, Director Marketing & Sales bei Busymouse

machen wollen und nur noch ein Direktgeschäft anstreben. Mit den Drei-Jahresverträgen ist das super. Microsoft hat kein Risiko mehr und das Geld im Voraus.“

Entscheidet sich der Kunde für einen monatlichen Vertrag, um von der bisherigen Flexibilität weiterhin profitieren zu können, kommt ein Aufpreis von 20 Prozent on top. Ferner können Kunden während der Vertragslaufzeit nur nach oben, allerdings nicht nach unten skalieren. Hartl sieht dies durchaus kritisch, während Juhnke hier etwas anderer Meinung ist. Ihm zufolge wird die Einführung einer festen Vertragslaufzeit „in der Praxis kaum einen Effekt haben. Beispielsweise haben die meisten Unternehmen ja bislang auch nicht im Urlaub ihrer Mitarbeiter die Anzahl der Lizenzen dynamisch nach unten gestuft, obwohl das technisch gegangen wäre.“

Fakt ist jedoch: Durch die starren Vertragslaufzeiten geht die Flexibilität, die SaaS

groß gemacht hat, entweder verloren oder zulasten der Microsoft-Partner. Denn wenn weiterhin flexiblere Kündigungszeiträume angeboten werden, müssen Microsoft-Partner das damit einhergehende Risiko auf ihre Kappe nehmen. Wie man es dreht und wendet, die „betriebliche Effizienz“, die sich laut Microsoft-Einschätzung daraus ergebe, dürfte sich in der Praxis eher in operativen Problemen und wirtschaftlichen Risiken ausspielen.

Der niederbayerische Manager zieht aus Microsofts Anpassungen Konsequenz und wird das Geschäftsmodell seines Unternehmens anpassen, um sich „ein Stück unabhängiger zu machen. Denn ein umsichtiger Geschäftsmann muss bei seiner Planung immer mit dem Schlimmsten rechnen.“ So wird die Hartl Group, die am Markt als Rechenzentrums-Betreiber, Hostler und Dienstleister auftritt, in Zukunft ihren Kunden nur noch dedizierte Hardware anbieten und kein Shared Environment mehr. Darüber hinaus wird der bayerische Hostler seine Leistungen und Services so anpassen, dass er auch größere Kunden adressieren kann. Ferner sucht sich das Unternehmen „Branchen, für die die Services des amerikanischen Hyper-scalers nicht in Frage kommen.“ Zusätzlich wird das Thema IT-Security stärker forciert.

IT-BUSINESS hat bei Microsoft nach den Hintergründen der Preisveränderungen gefragt und die Bedenken im Partnerumfeld thematisiert. Die Stellungnahme aus dem Konzern lautet: „Microsoft ist bestrebt, das Einkaufserlebnis für Partner weiterzuentwickeln, um die vielfältigen Bedürfnisse der Kunden zu

erfüllen. Die Bemühungen zur Verbesserung des Handelserlebnisses in unserem Cloud Solution Provider-Programm zielen darauf ab, den Partnern eine Standardisierung der Angebote, eine bessere Auswahl bei der Art und Weise, wie und wo sie einkaufen, und mehr Möglichkeiten zu bieten, eine größere Anzahl neuer und bestehender Kunden zu bedienen. Wie bei jeder Änderung, die wir einführen, arbeiten wir daran, Verbesserungen und zusätzlichen Wert für unsere Partner, Kunden und Microsoft zu schaffen.“

Auf der Kippe stand auch das bei Hostern beliebte Services Provider Licensing Agreement (SPLA). SPLA ist das Hosting-Lizenzprogramm von Microsoft. Durch dieses Lizenzmodell können Microsoft-Produkte durch einen Hosting Service Provider gemietet werden. Das Zahlungsmodell ist zwischen dem Service Provider und dem Endkunden völlig frei vereinbar. SPLA sollte 2025 auslaufen.

Aktuell benötigen viele Hostler diese Lizenzierung als Basis für ihr Geschäftsmodell. Alle Partner, die über Jahre hinweg investiert und ihr Geschäftsmodell auf SPLA ausgerichtet haben, hätten es also bis 2025 überarbeiten müssen. Denn eine Ansage, wie es danach hätte weitergehen sollen, hat Microsoft laut Hartl allerdings nie gegeben. Mittlerweile hat der Cloud-Riese die Ankündigung, SPLA werde eingestellt, wiederum revidiert. Dennoch stehen Microsoft-Partner auch weiterhin unter erhöhtem Druck. „Die Partner sind gezwungen, ihr Managed-Services-Portfolio regelmäßig und ohne große Vorbereitungszeit anzupassen, um auf die ständig neuen Anforderungen seitens Microsoft entsprechend reagieren zu können. Mit einer langfristigen Planbarkeit hat dies wirklich nichts mehr zu tun.“

Mit Preiserhöhungen und der Einführung von Vertragslaufzeiten setzt Microsoft die Partner unter Druck. Einige Partner ziehen bereits Konsequenzen.

BILD: FRESHIDEA - STOCKADOBEE.COM



Mehr unter:
bit.ly/CSP-NCE-Microsoft

Autor:
Sarah Böttcher



ISXQI/22

IT-Security Virtual Conference

» 09. FEBRUAR

www.isxconference.de

JETZT ANMELDEN

IT-SECURITY in the NEW WORK ERA

Unter diesem Motto erwarten Dich hochkarätige Speaker und brandaktuelle Themen, welche Dich und Dein Unternehmen im Kampf gegen Cyberangriffe voranbringen und Antworten bieten!



Etay Maor
Cato Networks



Prof. Dr. Marco Gercke
Cybercrime Research Institute



Lisa Reinhardt
adesso



Vivien Schiller
adesso

09. FEBRUAR | JETZT ANMELDEN

» HIER GEHT ES ZUR WEBSEITE



„EIN BISSCHEN MEHR MUT WÄRE GUT“



BILD: FRESHIDEA - STOCKADOB.COM

Wer heute die Kunden-IT sicher machen möchte, muss mehr tun, als lediglich Antivirusprogramme zu installieren. Viele Systemhäuser sehen sich mit den komplexen Aufgaben überfordert. Das muss nicht sein, ist Hendrik Flierman von G Data überzeugt und wünscht sich mehr Tempo in der Partnerlandschaft.

Das Horrorszenario für jeden IT-Dienstleister: Der Kunde hat einen ernsten und schweren Sicherheitsvorfall. Die Wahrscheinlichkeit, dass das passiert, steigt, je komplexer die IT-Infrastruktur wird und je kreativer Hacker werden. Damit steigt aber auch der Druck, den Systemhäuser und Dienstleister verspüren. Denn wer verantwortlich für die Kunden-IT ist, braucht Knowhow, muss sich kontinuierlich weiterbilden und stets für den Ernstfall gewappnet sein. Aufgaben, bei denen sich so mancher überfordert fühlt. Wer früher noch alles alleine machen konnte, ist heute auf die Zusammenarbeit mit Herstellern und anderen Dienstleistern angewiesen. Managed Services, Incidence Response sowie Automatisierung sind Bausteine eines modernen Security-Angebots.

Doch längst ist nicht jeder im Channel bereit, diesen Weg zu gehen. „Das Problem: Der Channel wandelt sich nicht schnell genug.“ Hendrik Flierman, Vice President

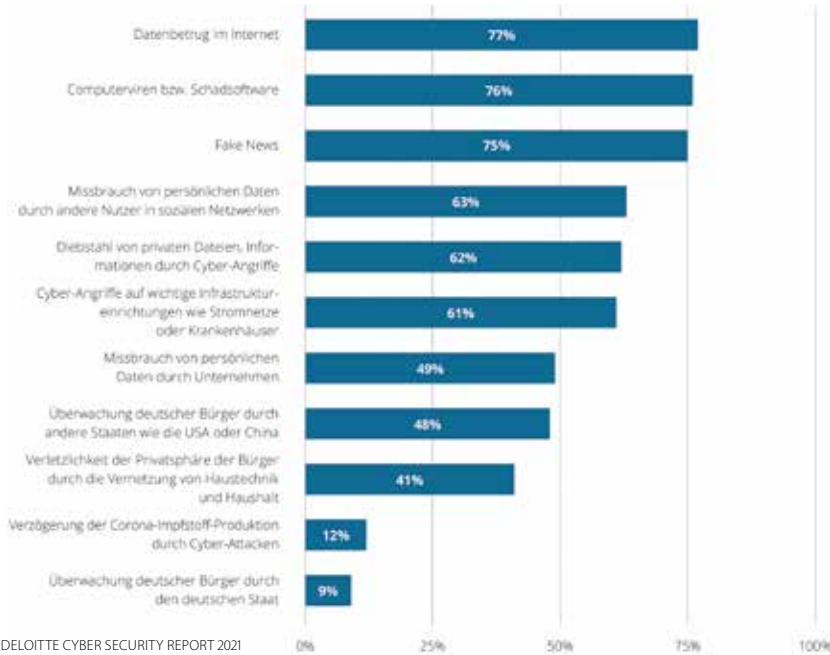
Global Sales & Marketing bei G Data sagt das mit Bedauern. Dabei bietet der Hersteller ein ganzes Arsenal an Tools, Hilfe und Produkten an. „Waren wir früher mit unseren Endpoint-Lösungen im B2B-Geschäft unterwegs, haben wir dies seit einigen Jahren auf Awareness-Trainings und Dienstleistungen ausgeweitet.“ Mit der Gründung der Data-Analytics-Sparte 2016 haben die Bochumer sukzessive viel Knowhow in puncto Pentesting, Ransomware-Bekämpfung, Incident Response und vielem mehr aufgebaut. „Wir machen unser Geschäft ausschließlich über Partner und haben auch eine 18-köpfige Crew draußen, die sich um die Partner kümmert.“

Da G Data eher strategische Partner für Managed Security und Pentesting mit regionaler Abdeckung sucht, gestaltet sich die Suche schwierig. „Es ist auch ein wenig dem Fachkräftemangel zuzuschreiben, dass wir gewisse Themen nicht so über

Partner spielen können, wie wir das gerne hätten.“ So arbeitet man beim Thema Incident Response oft mit den Ermittlungsbehörden vor Ort zusammen. „Es gibt Partner, die das nicht machen möchten und lieber Lizenzen verkaufen und den Service übernehmen.“ Auch wenn Flierman diese Haltung grundsätzlich nachvollziehen kann, würde er es sich anders wünschen. Denn: „Managed Services und IR sind ein lukrativer Markt und man bindet den Kunden ja extrem an sich. Eigentlich ist das eine Goldgrube.“ Denn die Dienstleister können sich konzeptionell beim Kunden gut aufstellen. Der erhalte dann einerseits im Ernstfall schnelle Hilfe. Andererseits könne man sich präventiv um Netzwerk, Segmentierung, Firewall und ein Sicherheitskonzept kümmern. „Da kann auch der Partner viel Beratung anbieten und seine Hardware verkaufen. Aber auf den Zug springen nicht viele auf.“

Als Basisvoraussetzung für einen Einstieg in diesen Markt nennt Flierman: einen Fokus auf Cyberdefence und ein oder zwei Mitarbeiter, die Admin- und Netzwerkfähigkeiten mitbringen und wissen, wie man ein Sicherheitskonzept aufsetzt. „Wir überlegen gerade, ob wir ein eigenes Ausbildungsprogramm für Mitarbeiter von Partnern aufsetzen. Zudem bieten wir die Dienstleistungen auch als zweistufiges

Die größten Cyber-Risiken für die Menschen in Deutschland 2021



Modell an. Der Partner kann sie verkaufen, aber erbracht wird sie von uns. Oder der Partner verkauft die Leistung und betreut den Kunden, und wir kümmern uns nur dann, wenn es zu komplex und zu heikel wird.“ Das müsse dann nur auch dem End-

kunden klar sein. Wenn G Data die Leistungserbringerin sei, müsse das in diesem Fall auch dem Endkunden klar sein. Das wäre dann ein anderes Vertragsverhältnis, als bei einer direkten Dienstleistungsvereinbarung, erläutert Flierman.

>> Das Problem: Der Channel wandelt sich nicht schnell genug.



BILD: G DATA

Hendrik Flierman, Vice President Global Sales & Marketing bei G Data

Als deutscher Hersteller habe man hierzulande, wenn es um Dienstleistungen geht, durchaus gute Karten bei den Kunden. „Für viele Unternehmen ist es wichtig zu wissen: Da wandert nichts ins Ausland. Manchmal spielt aber auch das Geld eine Rolle. Der Günstigere gewinnt“, beschreibt Flierman die Lage. Wenn etwas passiert, „dann können wir schnell reagieren. Unsere Teams sitzen hier.“ Und er appelliert an die Partner: „Der Wille zum Change im Channel ist nicht so groß. Aber die Dienstleistungen können ein tragfähiges Business für die Zukunft sein. Ein bisschen mehr Mut wäre gut. Man muss sich nicht von den Großen ins Bockshorn jagen lassen.“



G Data Tech Day:
bit.ly/ITB-GData-21

Autor:
Sylvia Lösel



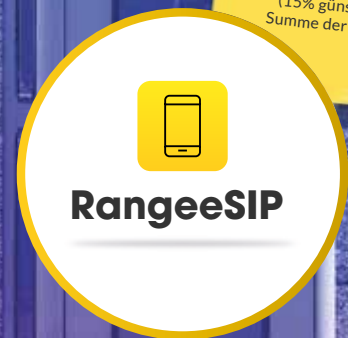
HOME OFFICE UND TELEFONANSCHLUSS MIT RANGEE THIN CLIENTS



RANGEE LAPTOP THIN CLIENT



RANGEE WEBCAM SOUNDBAR



RangeeSIP: SOFTPHONE FÜR REMOTE DESKTOP

Komplettpaket ab 599 € netto ZVK
(15% günstiger als die Summe der Einzelpreise)



Autorisierte Vertriebspartner finden Sie hier: www.rangee.com/vertrieb

Wir bauen die coolen Computer.

SICHER.MOBIL.ARBEITEN.

ECM TRIFFT CRM IM MITTELSTAND

Der ECM-Hersteller ELO Digital Office aus Stuttgart und der Karlsruher CRM-Anbieter CAS Software sind eine enge Kooperation eingegangen. Ziel ist es, die beiden Produktwelten Enterprise Content Management (ECM) und Customer Relationship Management (CRM) zusammenzurücken – technisch, aber auch vertrieblich.

Den Mittelstand als Zielgruppe haben beide im Fokus: ELO sowie CAS. Im Rahmen der Kooperation wird „die bestehende ELO-Anbindung an CAS Genesis World weiter ausgebaut und die cloudbasierte CRM-Lösung SmartWe in die ELO ECM Suite integriert“, skizziert Martin Hubschneider, Vorstandsvorsitzender bei CAS Software, die Zusammenarbeit.

Der Vorteil, den die Kunden daraus ziehen sollen: Indem nicht nur auf die im CRM gesammelten Kundeninformationen zurückgegriffen werden kann, sondern auch auf Inhalte und Dokumente aus ELO, verbessern sich die Möglichkeiten beim Umgang mit Kunden.

Auch vertriebliche Vorteile stehen bei den beiden Software-Anbietern im Fokus: Bei der großen Überlappung der Kundensegmente tun sich Chancen auf, und zwar „insbesondere dann, wenn sich bei einem ELO-Bestandskunden der Bedarf nach einer CRM-Lösung zeigt“, so ELO-CEO Karl Heinz Mosbach. Man wird sich gegenseitig empfehlen, und „da beide Häuser einen



BILD: ANDY RIDDER

Karl Heinz Mosbach,
CEO bei ELO Digital
Office



BILD: MICHAEL BOEDE

Martin Hubschneider,
Vorstandsvorsitzender
bei CAS Software

hohen Digitalisierungsgrad ihrer Kunden anstreben, wird sich dies sicherlich auch noch stärker in Form gemeinsamer Vertriebs- und Marketingaktivitäten zeigen“, so der Manager.

Der Channel werde die Kooperation vor diesem Hintergrund – im positiven Sinne – zu spüren bekommen, durch neue Vermarktungsmöglichkeiten. So betont Hubschneider, dass die Partner intensiv eingebunden werden. Mosbach konkretisiert: „Hier versuchen wir, die Informationen

und Schulungsmaßnahmen unserer Partner bestmöglich auf die Kundenwünsche abzustimmen. Zusätzlich stellen wir den Partnern kompetente Unterstützung für die Vertriebs- und Projektarbeit zur Verfügung, die den Erfolg sicherstellen soll.“

Beide Hersteller wollen gemeinsam insbesondere mit dem Thema Datensicherheit punkten: CAS Software folgt den Prinzipien „Datenschutz, Transparenz und Fairness“ der Initiative Fair.digital e.V. Die ELO ECM Suite bietet die nötigen Werkzeuge zur Einhaltung gesetzlicher Anforderungen an Datenschutz und -sicherheit. Die Unternehmensdaten werden verschlüsselt aufbewahrt, und wenn ein Dokument besonders geschützt werden muss, sorgen Zugriffskontrollen, Protokollierung und ein Berechtigungssystem für zusätzliche Sicherheit.



CRM und ERP wachsen zusammen, da beim Kundenkontakt Daten zum Stand der Zusammenarbeit und der aktuellen Aufträge eine Rolle spielen.

Autor: Dr. Stefan Riedl

DATENSCHUTZ VERSUS INFORMATIONSSICHERHEIT

Der Datenschutzbeauftragte kümmert sich um Datenschutz und ist in bestimmten Fällen durch die DSGVO vorgeschrieben. Doch wie ist die Lage beim Informationssicherheitsbeauftragten? Wann dessen Benennung vorgeschrieben ist, erläutert der Netzlink-Chef.



BILD: GORODENKOFF-STOCK.ADOBE.COM

So viel vorab: Eine gesetzliche Anforderung, einen Informationssicherheitsbeauftragten (ISB) zu benennen, besteht zurzeit nur für vergleichsweise wenige Unternehmen. Er wird benötigt, wenn bestimmte Zertifizierung angestrebt werden, wie die nach ISO/IEC 27001 oder wenn ein IBS im Sinne von IT-Grundschutz bestellt werden muss, beispielsweise weil das Unternehmen in den Kritis-Bereich fällt (Kritische Infrastrukturen).

Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) rät, die Stelle des ISB nicht in die Position des IT-Leiters oder Systemadministrators zu integrieren, weiß Sven-Ove Wähling, Geschäftsführer bei Netzlink. Denn ein ISB soll schließlich als Kontrollinstanz fungieren, um seine Aufgaben unabhängig von der IT-Organisation zu erfüllen.

Mit mehreren Rollen und überschneidenden Aufgaben seien Interessenskonflikte vorprogrammiert. „Genauso kann eine Personalunion mit dem Datenschutzbeauftragten kritisch sein, besonders was die Aufteilung der zeitlichen und fachlichen Ressourcen angeht“, so Wähling. Auch externe IBS können benannt werden.

Sowohl der IBS, als auch der Datenschutzbeauftragte (DBS), sind nicht lediglich als spezialisierte Berater zu verstehen, auch wenn die unternehmensinterne Beratung einen Teilaspekt ihrer Arbeit darstellt, er-



BILD: NETZLINK

Sven-Ove Wähling,
Geschäftsführer bei
Netzlink

läutert der Netzlink-Geschäftsführer. Einen DSB kann man in erster Linie als Hüter der Belange der Betroffenen-

rechte verstehen. Das heißt, er sorgt unter anderem durch systematische und Stichprobenkontrollen, dass die personenbezogenen Daten von der Erhebung bis zur Löschung rechtskonform und zweckgebunden verarbeitet werden.

Bei Datenschutzvorfällen steht er den Aufsichtsbehörden als Ansprechpartner zur Verfügung und kontrolliert die fristgerechte Umsetzung von Anfragen, beispielsweise wenn es um die Löschung von personenbezogenen Daten geht.

So gesehen agiert ein Informationssicherheitsbeauftragter auf einer vergleichbaren Ebene, denn auch er kontrolliert, arbeitet zu und unterstützt. Im Zentrum seines Wirkens stehen jedoch der Aufbau und die Pflege eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS).

In „**Awareness-Trainings**“ schult der Informationssicherheitsbeauftragte die Mitarbeiter. Diese sollen in Sachen IT-Sicherheit und beim Umgang mit Informationen sensibilisiert und auf mögliche Bedrohungen

hingewiesen werden. Meist werden folgende Themen besprochen:

- Sicherer Umgang mit E-Mails
- Verwendung von USB-Sticks und mobilen Geräten
- Arbeitsplatz versus Homeoffice
- Online-Verhalten
- Starke Passwörter
- Computersicherheit

Eine besondere Herausforderung für den ISB stellen Unternehmen dar, die mit veralteter Technik zu kämpfen haben, denn Altsysteme, die als Datenlieferanten für nachgelagerte Systeme dienen, bergen oft Sicherheitsrisiken für das gesamte Netzwerk. „Diese lassen sich jedoch nicht ohne Weiteres austauschen oder stilllegen“, weiß Sven-Ove Wähling aus der Praxis als externer IBS. „Hier müssen die Informationssicherheitsbeauftragten sich diese Systeme im Einzelnen genau anschauen und gemeinsam mit der IT-Abteilung und der Geschäftsführung überlegen, wie sich die Systeme und Informationsflüsse absichern lassen, um die Ziele der Informationssicherheit und die individuellen Unternehmensziele bestmöglich miteinander zu vereinbaren.“



Hauptkritikpunkt an der IT-Bürokratie ist, dass es dem Mittelstand schwerer fällt diese umzusetzen als Großunternehmen.

Autor:
Dr. Stefan Riedl

TECHNISCHER FORTSCHRITT IM DIENST DER GESELLSCHAFT

Pizza und Torten aus dem 3D-Drucker, autonome Traktoren auf den Feldern und Alexa als Wetterstation: Technologie hat heutzutage das Potenzial, fast alles möglich zu machen. Den Menschen liegt laut Bosch Tech Compass am ehesten daran, dass Technologie einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leistet.

🕒 Welche dieser Technologien wird Ihrer Ansicht nach einen besonders positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten?

DIE TOP 3 NACH LÄNDERN

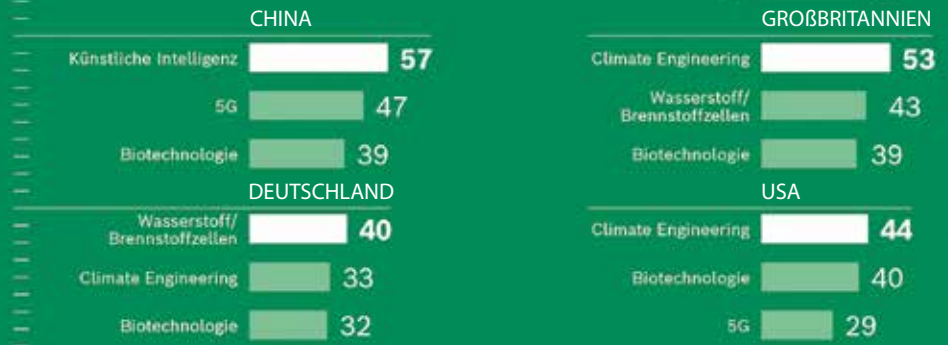


BILD: BOSCH

BILD: ECO



„Eine forcierte Digitalisierung trägt durch das CO₂-Einsparpotenzial nicht nur zum Umwelt- und Klimaschutz bei, sondern leistet einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen der Klimaziele.“

Oliver J. Süme, Vorstandsvorsitzender Eco Verband

Eine an Nachhaltigkeitsprinzipien orientierte Digitalpolitik muss die Effekte digitaler Innovationen von Anfang an mitdenken und in ein Gesamtkonzept einbinden.

Digitalisierung planen

Die meisten Unternehmen in Deutschland gehen die Digitalisierung inzwischen strategisch an. Nur noch 16 Prozent gaben Ende 2021 (2020: 26 %) an, dass sie über keine Digitalisierungsstrategie verfügen.

Große Mehrheit hat eine Digitalisierungsstrategie

Verfolgt ihr Unternehmen eine Strategie zur Bewältigung des digitalen Wandels?

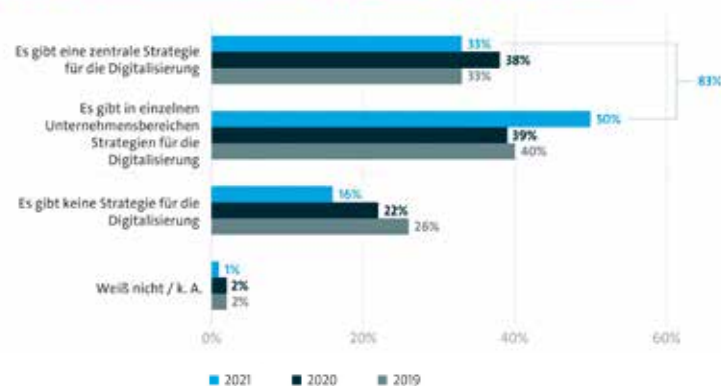


BILD: BITKOM

Milliardenschwere IT-Services-Verträge

In der IT-Wirtschaft müssen viele Service-Verträge erneuert werden. Ihr Wert beläuft sich weltweit auf 18,5 Milliarden US-Dollar. Die meisten Kontrakte entfallen auf das IT-Outsourcing.

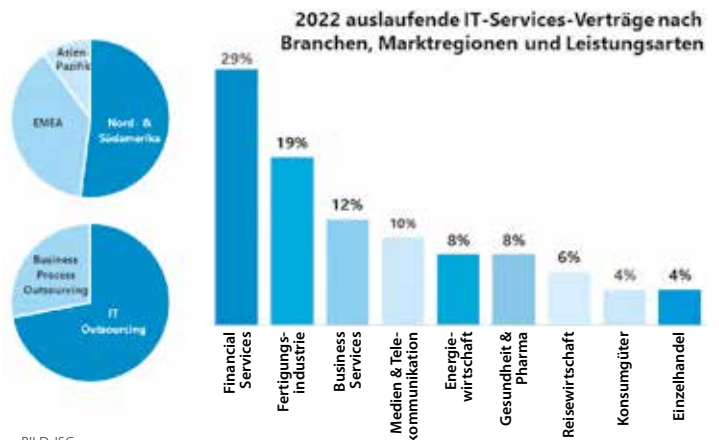


BILD: ISG

IT-BUSINESS

PODCAST

Der IT-BUSINESS Podcast –
Hören, was die ITK-Branche bewegt

Freuen Sie sich auf die neue Episode!
„Digitaler Wandel – so klappt's!“
Montag, 24.1.2022

MODERATION:



Sarah Gandorfer
Redaktion IT-BUSINESS



Ann-Marie Struck
Redaktion IT-BUSINESS

Hier einfach mit Spotify
abscannen und Reinhören



podcast@it-business.de

Erscheinungstermin alle zwei Wochen



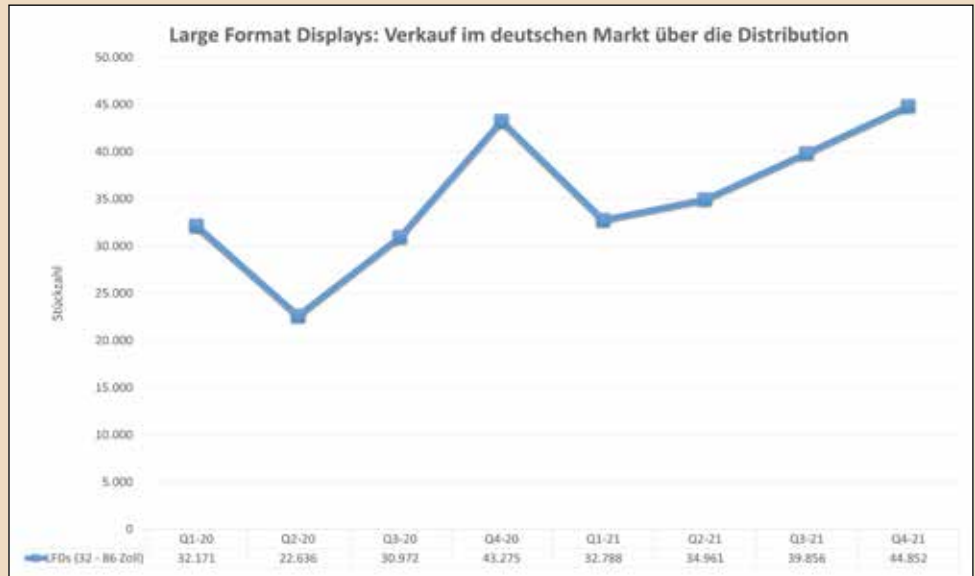
BILD: GORODENKOFF-STOCKADOB.COM

SIGNAGE IM AUFWIND: NACHSCHUB ALS PROBLEM

Der Digital-Signage-Branche geht es eigentlich prächtig. Das Geschäft mit den meisten Produktgruppen wächst, und die Nachfrage nach Produkten und Services ist da. Ein Problem ist allerdings der stockende Nachschub bei vielen Gerätekategorien.

Wachstum bei Large Format Displays

Trotz der angespannten Nachschubversorgung ist die Zahl der in Deutschland verkauften Large Format Displays (LFD) gestiegen. Das Marktforschungsinstitut Context hat Zahlen bei einer ganzen Reihe von Distributoren erhoben. Diese haben 2020 insgesamt 129.055 LFDs in den Handel verkauft. 2021 stieg die Zahl auf 152.457, also um etwa 18 Prozent. Dabei sind vor allem die Verkaufszahlen von Displays mit großen Diagonalen gewachsen. Bei den 75-Zöllern stieg die Zahl von 12.064 auf 14.156 Stück, bei den 86-Zöllern gab es sogar fast eine Verdoppelung von 7.348 auf 14.166 Exemplare. Damit sind sie nun die zweitstärkste Größenkategorie im Verkauf. Unangefochten auf Platz eins bleiben die 55-Zoll-Displays mit 27.085 Exemplaren. Hier ist die Menge der verkauften Geräte gegenüber dem Vorjahr um 476 Stück gewachsen.



Es hätte ein furioser Neustart werden sollen. Nach der im kleineren Maßstab als Hybridveranstaltung durchgeführten ISE des Vorjahres sollte die ISE dieses Jahr Anfang Februar eine glamouröse Premiere in Barcelona feiern. Dazu kommt es nun allerdings erst einmal nicht. Angesichts steigender Corona-Zahlen in Spanien wird die Messe auf den 10. bis 13. Mai verschoben – in der Hoffnung, dass dann die Pandemielage eine ungestörte Durchführung erlaubt. Zu groß war für viele Aussteller und Besucher das Risiko, sich jetzt anzustecken oder auch einige Wochen in Quarantäne festzusitzen, während in der Firma die Arbeit liegenbleibt.

Davon abgesehen ist ein Großteil der Hersteller, Distributoren und Integratoren ebenso gut durch die Pandemie gekommen wie die IT-Branche insgesamt. Problema-

tisch ist vor allem der Veranstaltungssektor, da große Konzerte und eben auch Messen in den vergangenen Monaten kaum stattfinden konnten. Hier mussten Anbieter und Handel für AV-Anlagen und Projektoren Einbußen hinnehmen. Eine Perspektive für längerfristige Projekte ist auch derzeit nicht vorhanden. Ein weiteres Problemkind ist noch das Gastgewerbe und hier vor allem die Hotellerie, wo einige Projekte aufgrund der schlechten Ertragslage erst einmal aufgeschoben werden. Andererseits gibt es aber auch hier finanzkräftigere Unternehmen, die ihre aktuell wenig ausgelasteten Häuser gerade jetzt modernisieren und mit leistungsfähigen AV-Systemen ausstatten.

Das ist im Retail-Sektor ebenfalls der Fall, so Markus Hollerbaum, Geschäftsführer bei Siewert & Kau. Finanzkräftige Unter-

nehmen haben das vergangene Jahr genutzt, um ihre Filialen mit neuen oder zusätzlichen Digital-Signage-Installationen auszustatten, um den Kunden ein attraktiveres Einkaufserlebnis zu bieten und sie so wieder für den stationären Handel zu gewinnen. Dabei werden vermehrt große Touchdisplays und kleinere Kiosksysteme installiert, an denen sich Kunden eigenständig informieren können, bevor sie mit dem Verkaufspersonal sprechen. Ein weiter wachsender Markt ist zudem die Ausstattung von Firmen mit Konferenzsystemen für ein hybrides Arbeiten. Dabei sind vor allem interaktive Displays mit hochauflösenden Kameras und der Anbindung an Videokonferenzlösungen gefragt. Die Pandemie ermöglichte Herstellern und Channel auch ein zusätzliches Geschäft durch neuartige Lösungen, wie Tanja Tschorn, Business Unit Director Maverick

Stimme aus der Distribution

ITB: In welchem Produkt- oder Servicebereich sieht Siewert & Kau derzeit die größten Chancen für die Partner?

Hollerbaum: Wir sehen derzeit durchwegs gute Wachstumsraten. So bauen beispielsweise viele Firmen ihre Infrastruktur für das hybride Arbeiten weiter aus. Das Problem ist derzeit eher die Verfügbarkeit der Geräte. Hier kommen mehrere Faktoren zusammen: Eine hohe Nachfrage, die Chipkrise, der Mangel an vielen anderen Komponenten, Lock-downs in China und Probleme beim

Transport, etwa durch Hafenschließungen. Daher kommen sogar langfristig geplante Projekte in Schwierigkeiten. Wir unterstützen unsere Partner natürlich nach Kräften. Dass die Beschaffung von intelligenten Displays für Schulen immer noch stockt, kommt dem Channel derzeit sogar entgegen.

ITB: Wie schätzen Sie die Entwicklung bei der digitalen Innenwerbung ein?

Hollerbaum: Durchaus positiv. Zwar gibt es im Einzelhandel Firmen oder auch ganze Ketten, die nicht gut durch die

Krise gekommen sind und sogar Konkurs anmelden mussten. Andere Firmen haben aber genügend Reserven und investieren in die Modernisierung am Point of Sale. Schließlich können sie nur mit attraktiven Verkaufskonzepten, und dazu gehören passende Displays, gegen den Onlinehandel bestehen. Einen starken Zuwachs sehen wir beispielsweise bei Apotheken. Dagegen gibt es derzeit einen Rückgang in der Automobilbranche und im Gastgewerbe. Aber auch dieses Geschäft wird sich wieder erholen.



Markus Hollerbaum, Geschäftsführer bei Siewert & Kau

Stimme aus der Distribution

ITB: In welchem Produkt- oder Servicebereich sieht Tech Data derzeit die größten Chancen für Partner?

Tschorn: Die größten Chancen sehen wir im Next Gen- und IoT-Bereich, da zunehmend mehr Sensoren Daten erfassen. Die Vernetzung dieser Devices birgt ein großes Potenzial an Lösungen, für die in Industrie, Logistik und im Retail spezifische Anwendungen entwi-

BILD: TECH DATA



Tanja Tschorn,
Business Unit Director
Maverick AV Solutions,
Tech Data

ckelt werden. Überall dort, wo Daten erfasst werden, kann die Format-übergreifende Verarbeitung mithilfe von Algorithmen gestartet werden. Prognosen oder Aktionen lassen sich ableiten, Prozesse verbessern und echte Mehrwerte generieren. IoT ist kein Selbstzweck, sondern kann das Nervensystem der Digitalisierung sein. In Verbindung mit Smart Signage können im Retail Einkaufserlebnisse geschaffen, im Transportwesen Echtzeitlogistik und bei Veranstaltungen effizientere Sicherheitskontrollen ermöglicht werden.

ITB: Wie sieht Tech Data derzeit die Entwicklung bei der digitalen Innenwerbung?

Tschorn: Die Einbindung der Zuschauer oder Besucher ist essenziell – das alleinige Aufhängen von Displays ist überholt. Um dem Kunden eine Customer Journey zu bieten, muss ein Zusammenspiel von Technik, Inhalt und Hintergrund erfolgen. Beispiele sind Kiosksysteme für eine direkte Interaktion oder Sensoren, die einen gezielten Event antriggern.

AV Solutions der Tech Data betont. Beispiele sind Systeme für das Besuchermanagement, um die Einhaltung von Belegungsvorschriften zu gewährleisten, Lösungen für das Order Pickup, also das Abholen von Produkten, ohne den Laden zu betreten, sowie Queue Management, also der Ersatz physischer durch virtuelle Ticketing-Lösungen.

Problematisch ist derzeit nicht die fehlende Nachfrage, sondern der stockende Nachschub bei den Geräten. Dafür gibt es unterschiedliche Gründe. Einer ist die steigende Nachfrage, mit der die Produktion nicht mithalten kann. Als Beispiel nennt Hollerbaum die Muttergläser für Displays. Hier ist mit der Automobilindustrie ein zusätzlicher Großabnehmer hinzugekommen, da Autos heute mit immer mehr und immer größeren Displays ausgerüstet werden. Dazu kommen noch wachsende Diagonalen bei Monitoren, TV-Geräten und Signage-Displays, die das Angebot zusätzlich verknappen. Weitere Hindernisse Lockdowns in China, Verzögerungen beim Transport sowie der Mangel an Chips und weiteren Bauteilen. Der macht sich vor allem bei komplexeren Geräten wie etwa Large Format Displays bemerkbar, die ja immer öfter mit integrierten Android-Rechnern bestückt sind. Dass die Nachfrage nach interaktiven Displays für Schulen immer noch recht verhalten ist, sieht Hollerbaum daher in der aktuellen Situation eher positiv. Denn viele Schulträger haben es immer noch nicht geschafft, ihre Schulen mit ausreichender Netzwerktechnik und Breitbandanschlüssen auszustatten, die Voraussetzung für die Beschaffung von intelligenten Display- oder Projektorlösungen für die Klassenräume sind. Zudem haben immer noch einige Schulen Probleme mit dem komplizierten An-

tragsverfahren. Systemhäuser könnten bei den technischen Details zwar prinzipiell Hilfestellung leisten, laufen aber Gefahr, dass sie trotz dieser Vorleistung bei der Ausschreibung dann doch nicht zum Zuge kommen. Das dämpft natürlich die Motivation, hier Zeit und Geld zu investieren.

Technologisch setzen sich einige Trends des Vorjahres weiter fort. So entscheiden sich bei Videowalls immer mehr Kunden für LED- oder Micro-LED-Lösungen, die auch für den Handel immer attraktiver werden. Die modular aufgebauten LED-Walls lassen sich einfach transportieren und in praktisch jeder Form und Größe installieren. Zudem sind die Geräte robuster und günstiger geworden, auch da immer mehr chinesische Anbieter auf den europäischen Markt drängen. Allerdings sind gerade Micro-LED-Panels mit hoher Auflösung immer noch erheblich kostspieliger als beispielsweise 4K-IPS-Panels. Eine Einschränkung stellt noch die notwendige Lagerhaltung von Modulen aus der gleichen Charge als Ersatz für Ausfälle dar, da sich LED-Displays nur sehr eingeschränkt kalibrieren lassen.

Bei großformatigen Displays machen weiterhin LCD-Panels den Löwenanteil der verkauften Produkte aus. Die Lieferanten der Muttergläser sitzen dabei fast ausschließlich in China und teilweise noch auf Taiwan. Samsung hat die Produktion herkömmlicher LCD-Panels aufgegeben und legt den Fokus auf die selbst entwickelte Quantum-Dot-Technologie mit intensiveren Farben, bei LG setzt man schon seit längerer Zeit voll auf OLED-Panels, die auch geschwungene oder transparente Displays ermöglichen.

Einen wichtigen Trend sehen Teile des Channels in Signage-Lösungen, bei denen den Kunden in den Ladengeschäften mittels KI und Datenanalyse passende Angebote präsentiert werden. Im stationären Handel ist das allerdings deutlich schwieriger als auf Online-Handelsplattformen, auf denen sich die Interessen der Kunden relativ einfach erfassen und analysieren lassen. Tschorn sieht hier für den Retail-Sektor Chancen durch Lift-and-Learn, also die sensorgestützte Erkennung, welche Produkte von Kunden



BILD: GORDENKÖFF - ADOBE STOCK.COM

In Zukunft werden transparente Displays oder AR-Anwendungen das Käuferlebnis steigern. Denn damit kann der stationäre Handel gegen die Onliner punkten.

Stimme aus der Distribution

ITB: In welchem Produkt- oder Servicebereich sieht Kern & Stelly derzeit die größten Chancen für die Partner und wie schätzen Sie derzeit die Entwicklung bei der digitalen Innenwerbung ein?

Beismann: Allgemein kann man festhalten, dass es zwei Tendenzen gibt: Der Markt konsolidiert sich, und Anbieter werden zum Generalisten oder fokussieren sich auf einen kleinen Teil, indem sie sich spezialisieren. Das können wir bei unseren Herstellern beobachten. Nicht nur das Display verkauft sich, sondern die

komplette Lösung mit der Software dahinter. Auch eine Allianz wie bei Sharp/NEC ist ein Indiz hierfür. Kunden werden durch zusätzliche Dienste und Abomodelle an die Marke gebunden. Es geht nicht um das einmalige Geschäft, es geht um wiederkehrende Umsätze.

Bei unseren Kunden aus dem Fachhandel ist speziell die Nachfrage nach einfachen, intuitiven Lösungen groß. Die Hürde für den Einstieg soll möglichst niedrig sein, das System muss skalierbar sein. Gerade cloudbasierte Modelle sind da besonders

interessant. Aber auch Standalone-Lösungen zum Einstieg und als Appetizer in die Welt des Digital Signage sind nach wie vor sehr gefragt.

Wir stellen aber auch fest, dass sich in den letzten zwölf Monaten der Markt nicht grundlegend verändert hat. Die Innenstädte sind weniger attraktiv, die Menschen arbeiten im Homeoffice, viele Projekte liegen auf Eis. An dieser Stelle können Signage-Lösungen helfen, denn Inhalte lassen sich damit auch auf Desktops und Mobile Devices übertragen.



BILD:HALLOWATS.DE

Arne Beismann,
Vertriebsleiter bei
Kern & Stelly

angefasst werden, oder die Erkennung von Alter und Geschlecht der Besucher durch Kamerasysteme. Diese Daten können genutzt werden, um einen gezielten Event auszulösen, „wie das Abspielen eines Imagefilms, das Aufrufen eines Preises oder interaktiver Angebote“, so Tschorn weiter. Hollerbaum sieht hier allerdings Probleme mit dem Datenschutz, etwa der Frage, welche Daten wie lange gespeichert werden dürfen, und auch bei der Zielgenauigkeit der Angebote. Dem Geschäftsführer von Siewert & Kau sind daher auch nur einzelne Pilotprojekte bekannt.

Ein deutlich einfacheres Mittel zur Informationsgewinnung für den stationären Handel stellen für Hollerbaum die Smartphone-Apps dar, die immer mehr Ketten und einzelne Händler ihren Kunden anbieten. Über Rabatte und Sonderangebote können die Firmen deutlich einfacher und zudem DSGVO-konform detaillierte Datensammeln, als über Sensoren im Laden. Einen echten Mehrwert für den Handel

könnten allerdings Lösungen bieten, bei denen Smartphone-Apps und Signage-Systeme kombiniert werden. Unabhängig von der Erfassung konkreter Kundeninteressen können ausgefeilte Signage-Installationen dafür sorgen, dass mit Medien wie Audio, Video oder auch Duft das Einkaufserlebnis intensiviert wird. Auch Augmented Reality kann hier einen Ansatz bieten.

Einen wachsenden Stellenwert sollte laut Tschorn das Thema Nachhaltigkeit spielen, das im Digital-Signage-Markt bisher keine große Rolle gespielt hat. So kann etwa der Energieverbrauch von High-Brightness-Displays durch die Verwendung von Sensoren für die Messung der Umgebungshelligkeit gesenkt werden. Bei LED-Walls kann die Wahl des passenden Pixel Pitch viel Energie sparen. Ein spannendes Beispiel ist für die Business Unit Director Maverick AV Solutions zudem das City-Breeze-Display des schwedischen Anbieters Visual Art aus Schweden. Der Herstel-

ler hat dem 75-Zoll-Display eine lebendige Rückwand aus Moos aufgesetzt, das Feinstaub aus der Luft filtert. Die LCD-Steile ist zudem mit einem Sensor für die Messung der Luftqualität ausgestattet und für die Smart-City-Einbindung vorbereitet.

Für Florian Rotberg vom auf Digital Signage spezialisierten Consulting-Unternehmen Invidis ist Nachhaltigkeit ebenfalls eine zentrale Aufgabe für die gesamte Branche. Denn hier werden etwa energieintensive Displays eingesetzt, bei denen 80 Prozent der CO₂-Emissionen allein im Betrieb entstehen. Hier kann nicht nur durch technische Innovationen wie effizientere Panels oder sparsamere LEDs Energie gespart werden, sondern auch durch einen angepassten Content mit dunkleren Farben und weniger Animationen.



Mehr unter:
<http://bit.ly/ITB-ISE-2022>

Autor:
Klaus Länger



Stimme aus der Distribution

BILD:ALSO



Stefan Blome, Director
Solutions Business bei
Also Deutschland

ITB: In welchem Produkt- oder Servicebereich sieht Also derzeit die größten Chancen für die Partner, und wie schätzen Sie derzeit die Entwicklung bei der digitalen Innenwerbung ein?

Blome: Viele Digital-Signage-Projekte waren in den vergangenen zwei Jahren on hold gesetzt. Für 2022 erwarten wir jedoch ein Wiederaufleben des Geschäfts und sind überzeugt, dass sich der Markt gut entwickeln wird. Ein großer Treiber werden der Einzelhandel sowie Hospitality sein. Denn sie stehen alle vor der

Herausforderung, Besucher und Kunden zurückzugewinnen. Die vielfältigen Möglichkeiten von Digital Signage sind dabei ein wichtiger Baustein, um das Kundenerlebnis so aufmerksamkeitsstark, individuell und zeitgemäß wie möglich zu gestalten. Wir sehen für unsere Resellerpartner viele Opportunitäten, ihr Geschäft in diesem Bereich auszubauen und bei ihren Bestandskunden zu platzieren, sei es mit Werbung auf Großformat-Displays im Schaufenster, mit interaktiven Touch-Displays, mit Video-Walls, oder

mit robusten Projektorlösungen für den 24/7-Betrieb. Neben den Herstellerlösungen für Content Creation, Steuerung und Verwaltung der Displays haben wir herstellerübergreifende Software, die spannende Möglichkeiten bietet, tiefer in diesem Geschäft Fuß zu fassen. Mit unserem lösungsorientierten Ansatz unterstützen wir unsere Partner mit einer engen Projektbetreuung und technischer Kompetenz. Das alles runden wir mit Just-in-time-Logistik, Fulfillment und Rollouts sowie Financial Services ab.



Machen Sie Ihr Business mehr One:dervoll

LG One:Quick ist eine Reihe von neuen Business-Kommunikationslösungen, die Ihre Zusammenarbeit im neuen Zeitalter der Remote-Arbeit auf das nächste Level bringen. Entdecken Sie jetzt mehr über die innovativen Funktionen von One:Quick Share, One:Quick Works und One:Quick Flex.



Alle in dieser Anzeige enthaltenen Angebote sind, sofern nicht anders angegeben, rein netto und freibleibend. Nur solange der Vorrat reicht. Angegebene Konfigurationen können abweichen.

Weitere Informationen zur Siewert & Kau Computertechnik GmbH finden Sie auf der Website <http://www.siewert-kau.de>.

Informationen zu Produkten werden im Online-Shopsystem unter <http://shop.siewert-kau.de> zur Verfügung gestellt. Es gelten unsere AGBs.

Geschäftsführer: B. Siewert, O. Kau, H. Kau
Amtsgericht Köln HRB Nr. 40720
Ust.-ID-Nr. DE812098823

LG One:Quick Series

LG One:Quick|Flex

All-in-One-Display für eine effektive Zusammenarbeit

Mit dem 43-Zoll-All-in-One-Display von LG One:Quick Flex mit integrierter Kamera, Mikrofonen und Lautsprechern gibt es keinen Stress mehr bei Online-Meetings und -Anrufen und keine Unannehmlichkeiten mehr beim Verbinden und Einrichten von Videokonferenzen.

Ausgestattet mit der In-Cell-Touch-Technologie lässt One:Quick Flex Ideen Wirklichkeit werden. Dank des speziellen Touch-Stifts ist das Erstellen von Notizen und Zeichnungen ganz einfach. Außerdem können die Kreationen als Dateien gespeichert und einfach über das Mobiltelefon geteilt werden.

One:Quick Flex kann überall im Innenbereich eingesetzt werden, wo er hingerollt werden kann. Vom privaten Büro bis zur öffentlichen Lounge kann er je nach Bedarf für Videokonferenzen, Design-Vorstellungen, Zusammenarbeit usw. eingesetzt werden.

One:Quick Flex unterstützt die Bildschirmausrichtung bei Verwendung des speziellen Standfußes*, der durch vertikales oder horizontales Drehen, je nach Seitenverhältnis des Inhalts, verwendet werden kann.

* Standfüße sind separat erhältlich.



S&K Artikelnr.: 188246
Hersteller-Nr.: 43HT3WJ-B

LG One:Quick|Works

All-in-One Videokonferenz-Display für maximale Produktivität

Die Einrichtung von Videokonferenzen muss nicht stressig sein. Diese All-in-One-Lösung verfügt über einen integrierten Windows-PC, eine gestochen scharfe 4K-UHD-Kamera, ein Mikrofon, einen Lautsprecher und ein digitales Whiteboard. Erleben Sie klare Video- und Tonqualität in Ihren Meetings.



S&K Artikelnr.: 188247
Hersteller-Nr.: 55CT5WJ-B

LG One:Quick|Share

Einfach verbinden und losarbeiten

LG One:Quick Share ist eine drahtlose Lösung zur Bildschirmfreigabe, die über LG webOS Signage, die USB-Übertragungseinheit für PC (SC-00DA) und die zugehörige App verfügbar ist. Mit One:Quick Share können Sie ganz einfach Ihren persönlichen PC-Bildschirm für LG Signage freigeben, mit einfacher Ersteinrichtung und Verwaltung der Grundfunktionen von LG Signage.



S&K Artikelnr.: 183497
Hersteller-Nr.: SC-00DA

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Melden Sie sich bei Ihrem Siewert & Kau Ansprechpartner.

Headquarters

Tel.: +49 (0) 2271 763 0

Vertrieb Berlin

Tel.: +49 (0) 30 346 55 45 00

Vertrieb Braunschweig

Tel.: +49 (0) 531 390 27 0

Vertrieb Butzbach

Tel.: +49 (0) 6033 92492 0

Vertrieb Halle (Saale)

Tel.: +49 (0) 2941 298 780 0

Vertrieb Hamburg

Tel.: +49 (0) 2271 763 100

Vertrieb München

Tel.: +49 (0) 89 930 8389 10

Vertrieb Paderborn

Tel.: +49 (0) 5251 8728 0

Vertrieb Soest

Tel.: +49 (0) 2921 36908 00

Siewert & Kau

Distribution – live

www.siewert-kau.de

HALLO KUNDE, SIEH MICH AN!

Der Werbeslogan: „Plakatwerbung trifft jeden“, ist schon länger Schnee von gestern. Bei der Außenwerbung ist Digital Signage auf der Überholspur, und der Markt damit verspricht Potenzial für den Channel, wie das IT-BUSINESS-Panel zeigt.

Es ist überall. Im Bus, in Restaurants, auf dem Weg zur Arbeit, im Betrieb oder in den Schulen: Täglich begegnen wir Digital Signage. Die „digitalen Beschilderungen“, auf denen Medieninhalte abgespielt werden, sind heutzutage Alltag. Nichtsdestotrotz mutet der Einsatz von riesigen Mikro-LED-Walls, die grelle Filme abspielen und die überall in der Stadt verteilt sind, immer noch futuristisch an und lässt Bilder aus Science-Fiction-Filmen vor dem inneren Auge auftauchen.

>> Hersteller von AV & Digital Signage-Lösungen sollte die Integrationsfähigkeit ihrer Produkte weiter verbessern.

Jochen Maier,
Geschäftsführer, Summ-IT



BILD: JOCHEN MAIER

Fakt ist: Die Anwendungsbeispiele von Digital Signage sind zahlreich und in fast jeder Branche zu finden, vom Informationsschirm für Produktdaten, als indi-

viduelle Begrüßung der Hotelgäste bis hin zum Entertainment im Bus.

Mit dem Begriff Digital Signage assoziieren die meisten Werbemittel, obwohl es mittlerweile vermehrt im Gesundheits- und Bildungssektor eingesetzt wird. Das Ziel ist jedoch Branchen-übergreifend gleich: ansprechen, informieren, unterhalten, beraten und begleiten. Diese Funktionen hat sich insbesondere der Einzelhandel zu Nutzen gemacht, denn der Schlüssel zum Erfolg ist dort eine enge Kundenbeziehung. Dabei soll die Digitalisierung durch individualisierte Produkte und Services helfen. Sie ermöglicht es, Kunden über eine Vielzahl von Kommunikationskanälen anzusprechen und mit digitalen Beratungsangeboten zu bedienen. So die Feststellung des „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021“ von Techconsult im Auftrag der Telekom.

Der Studie zufolge leisten für den Erfolg des Handels neben der Datenanalyse vor allem digitale Kassen, elektronische Preisschilder sowie Digital Signage einen wich-

tigen Beitrag. Folglich das Geschäft mit Digital Signage davon profitiert und damit auch der Channel. Das zeigen auch die Ergebnisse des IT-BUSINESS-Panels. Für 44 Prozent der ITK-Fachhändler/Systemintegratoren ist der Sektor „wichtig“ für ihr Business. Das ändert sich künftig nicht,

>> Unsere Arbeit würde eine Nachverfolgbarkeit von Bestellungen sowie Abverkaufslisten erleichtern.

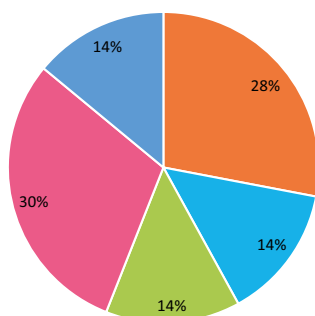
Christian Hlatky,
Technical Solution Manager, Hutchison Drei Austria



BILD: CHRISTIAN HLATKY

vielmehr erwarten 84 Prozent der Partner sogar eine Steigerung. Dieser Prognose schließen sich Distributoren und Hersteller an. Berechtigt, schließlich planen laut dem „Digitalisierungsindex“ 27 Prozent der befragten KMUs in Deutschland, ihre Investitionen in die Digitalisierung des Handels zu erhöhen. Das befruchtet auch das Digital-Signage-Geschäft.

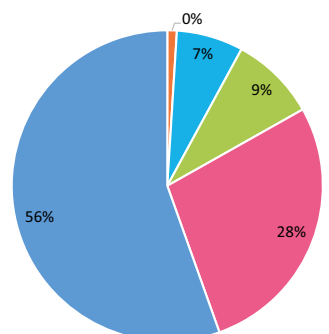
Wie wichtig ist Digital Signage generell für Ihr Business?
(Das sagen ITK-Fachhändler/ Systemintegratoren)



sehr unwichtig unwichtig mittel
wichtig sehr wichtig

QUELLE: IT-BUSINESS

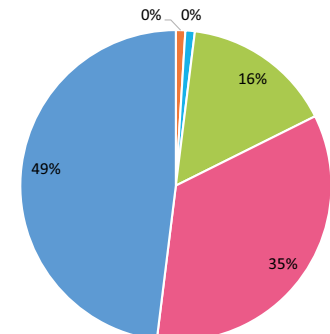
Wie wird sich das AV- & Digital-Signage-Geschäft in den nächsten Jahren entwickeln?
(Das sagen ITK-Fachhändler/ Systemintegratoren)



wird stark sinken wird sinken bleibt gleich
wird steigen wird stark steigen

QUELLE: IT-BUSINESS

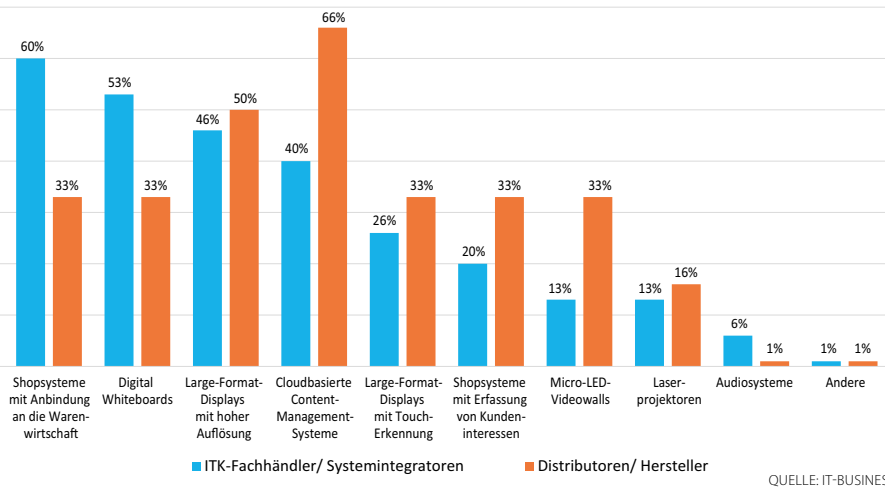
Wie wird sich das AV- & Digital-Signage-Geschäft in den nächsten Jahren entwickeln?
(Das sagen Distributoren/ Hersteller)



wird stark sinken wird sinken bleibt gleich
wird steigen wird stark steigen

QUELLE: IT-BUSINESS

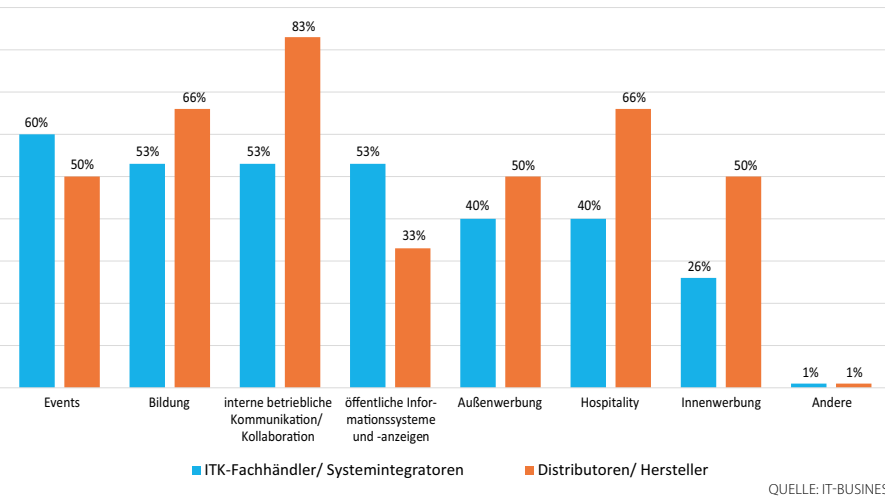
In welchen Produktsegmenten sehen Sie derzeit besonders große Wachstumschancen?



Mehr als nur Displays

Die Produktsegmente von Digital Signage sind vielfältig, von Displays bis hin zu Videowalls. So verschieden die Produkte sind, so uneinig sind sich auch die Umfrageteilnehmer darüber, in welchen Produktsegmenten derzeit das Wachstum besonders groß ist. Das größte Wachstum sehen 60 Prozent der ITK-Fachhändler/ Systemintegratoren bei Shopsystemen mit Anbindung an die Warenwirtschaft. Nur 33 Prozent der Distributoren und Hersteller schließen sich dieser Meinung an. Ihre Wachstumsschlager sind mit 66 Prozent cloudbasierte Content-Management-Systeme. Auf Platz zwei der Wachstumschancen der Partner stehen mit 53 Prozent Digital Whiteboards (Distributoren/ Hersteller 33%), gefolgt von Large-Format-Displays mit hoher Auflösung mit 46 Prozent.

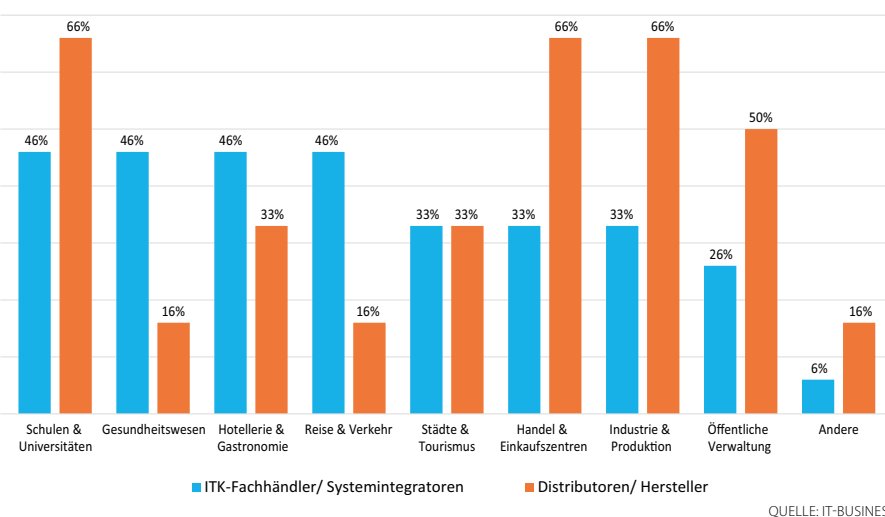
Für welche Anwendungsbereiche sehen Sie eine besonders große Nachfrage nach Digital-Signage-Lösungen?



Allrounder für alles

Digital-Signage-Lösungen begleiten uns in unserem Alltag. Bei der Frage, in welchen Anwendungsbereichen die Nachfrage derzeit besonders groß ist, sind sich die Umfrageteilnehmer uneinig. Die größte Nachfrage an Digital-Signage-Lösungen sehen die Partner mit 60 Prozent bei Events. Kein Wunder, immerhin ist die Zukunft der Veranstaltungsbranche hybrid. Dieser Ansicht sind auch 50 Prozent der befragten Distributoren und Hersteller, ihr Platz drei. Sie bemerken hingegen den größten Bedarf an Lösungen für die betrieblichen Kommunikation/ Kollaboration (83%). Dem schließen sich 53 Prozent der ITK-Fachhändler/ Systemintegratoren an. Beim zweiten Platz der Anwendungsbereiche sind sich die Umfrageteilnehmer wiederum einig: der Bildungssektor (Partner 43%; Distributoren/ Hersteller 66%).

Bei welchen Branchen ist die Nachfrage nach Digital Signage besonders groß?



In jeder Branche zuhause

Ob beim Shopping oder im Betrieb: Digital Signage-Lösungen sind überall zu finden. Für 46 Prozent der ITK-Fachhändler und Systemintegratoren ist die Nachfrage in Schulen und Universitäten, Hotellerie und Gastronomie sowie im Tourismus besonders groß. Das sehen Distributoren und Hersteller anders. Das Potenzial in Schulen und Universitäten ist für sie unumstritten, jedoch stehen Handel und Einkaufszentren sowie die Industrie und Produktion mit 66 Prozent bei ihnen auf Platz eins. Dem schließen sich nur 33 Prozent der Partner an.



Weitere Ergebnisse unter:
<https://bit.ly/DigSign22>

Autor:
Ann-Marie Struck



IT FÜR BAU & INDUSTRIE

Unempfindliches 10-Zoll-Tablet auf Android-Basis

Mit der Einführung des ZX10 erweitert Getac sein Angebot an vollrobusten Android-Tablets. Der Mobilcomputer mit IP66-Zertifizierung arbeitet mit der Qualcomm Snapdragon 660 Mobile Platform und Android 11. Der 10 Zoll-Tochscreen mit 1.920 x 1.200 Pixel lässt sich mit Handschuhen bedienen. Dank einer Helligkeit von 800 Nits soll es auch bei grellem Sonnenlicht noch gut ablesbar sein. Das ZX10 kostet ab 1.463 Euro (UVP).



Das 10-Zoll-Display des Getac ZX10 ist bis zu 800 Nits hell.

BILD: GETAC



Das robuste Rockbook X130 von Werock arbeitet mit Intel-Core-Prozessoren der 11. Generation.

BILD: WEROCK

Vollrobustes Tiger-Lake-Notebook

Werock hat mit dem 13,3 Zoll großen Rockbook X130 ein neues robustes Notebook vorgestellt. Verpackt ist der Computer in einem Gehäuse aus Magnesium mit integriertem Tragegriff. Es soll Stürze aus einer Höhe von 1,22 m unbeschadet überstehen. Zudem ist es wasser- und staubdicht und nach IP65-zertifiziert. Es bringt 2,1 kg auf die Waage und ist mit seinen 26 mm Bauhöhe für ein Robust-Gerät recht dünn. Optional ist das neue Rockbook auch mit EMV-Schutz nach MIL-STD-461 erhältlich. Für anspruchsvolle Arbeiten stattet Werock das Notebook mit Intel-Core-i5- oder i7-CPU's der

Intel Tiger-Lake-Generation aus. Der Arbeitsspeicher kann bis zu 32 GB groß sein. Als Festplatte steht eine M.2-SSD mit 256 GB oder 512 GB bereit. Das 13,3-Zoll-Touchdisplay bietet eine Full-HD-Auflösung und eine Helligkeit von 400 cd/m². Optional ist das Rockbook auch mit Handschuh-bedienbarem Touchscreen erhältlich. Für einen unterbrechungsfreien Betrieb gibt es zwei Hot-Swap-fähige Akkus mit insgesamt 62 Wh Kapazität für bis zu zehn Stunden Laufzeit. Das X130 mit Tiger-Lake-CPU ist ab sofort verfügbar. Der Listenpreis startet bei 2.599 Euro (UVP).

Augmented Reality mit modularer Brille

Realwear stellt AR-Lösungen her, mit denen vor allem die Arbeit der „Frontline Workers“ digitalisiert werden kann. Mit den Brillen können Servicetechniker vor Ort bei Reparaturen oder Wartungsaufgaben remote durch Experten angeleitet werden. Techniker können sich per auch Sprachbefehl Dokumente oder Videos anzeigen oder ihre Arbeit per Kamera dokumentieren. Realwear bietet dabei nicht nur die AR-Brillen an, sondern ein komplette Plattform, die auch Software und Cloud umfasst. Mit der Navigator 500 führt Realwear eine neue Brille ein, die leistungsfähiger und ergonomischer ist als das bisherige HMT-1-Modell. Sie ist mit 272 Gramm deutlich leichter, bietet einen schnelleren Snapdragon-662-Prozessor

und mehr RAM- sowie Flash-Speicher. Zudem verfügt die Brille über eine 48MP-Kamera. Als Betriebssystem ist Android 11 installiert. Die wichtigste Neuerung der robusten Navigator 500 ist ihr modularer Aufbau. Die Kamera ist nun nicht mehr fest eingebaut, sondern abnehmbar. So kann die Brille in Umgebungen verwendet werden, in denen Kameras nicht zugelassen sind. Vor allem aber besteht später die Möglichkeit, die Brille mit einer besseren Kamera nachzurüsten, sobald Realwear eine zur Verfügung stellt. Das optionale LTE-Funkmodem kann durch ein 5G-Modul ersetzt werden, das der Hersteller bereits ankündigt. Der 2.600-mAh-Akku ist nun bei laufendem Betrieb wechselbar.



Die modulare AR-Brille Realwear Navigator 500 ist mit einer 48-MP-Kamera ausgestattet.

BILD: REALWEAR



BILD: RAINER FUHRMANN - STOCK.ADOBE.COM

Google und Cybereason werfen einen Blick in die Glaskugel.

Google und Cybereason sagen Hackingversuche voraus

Der amerikanische Security-Hersteller Cybereason hat in Zusammenarbeit mit Google eine XDR-Lösung entwickelt, die Unternehmen befähigen soll, Cyberangriffe vorherzusagen, zu erkennen und darauf zu reagieren – egal ob diese an Endpunkten, in Netzwerken oder in der Cloud auftreten.

Die KI-Lösung kombiniert die Visualisierungsplattform MalOp von Cybereason mit der Fähigkeit von Google Cloud Chronicle, Petabytes an Daten aus der gesamten IT-Umgebung zu erfassen und zu

standardisieren. MalOp analysiert laut Hersteller wöchentlich 23 Billionen Sicherheitsereignisse, um eine schnelle Identifizierung und Reaktion auf Vorfälle zu ermöglichen. Anstatt lediglich über einzelne Ereignisse informiert zu werden, können Benutzer den gesamten Angriffsverlauf über MalOp nachvollziehen und entsprechende Maßnahmen einleiten. Chronicle ermöglicht es zudem, Informationen über Vorfälle mit retrospektiven Daten abzugleichen, um Bedrohungen in Systemen zu finden. ms

Erkennung von Bedrohungen in der Multicloud



© ISSARONOW - STOCK.ADOBE.COM

Mit XDR und Cloud Optix deckt Sophos potenzielle Risiken in Cloud-Umgebungen auf.

AWS, Azure und GCP: Mit einem Update für die XDR-Plattform hat Sophos nun die Aktivitätsprotokolle aller drei Hyperscaler im Angebot. Dadurch erhalten IT- und Sicherheitsteams einen umfassenden Überblick über die Sicherheit ihrer Public-Cloud-Umgebungen. Und durch die Integration von Daten der Analyselösung Cloud Optix ermöglicht der Hersteller die Erkennung, Bewertung und Absicherung von Fehlkonfigurationen und Schwachstellen in den Cloud Workloads und bei Benutzerzugriffen.

Mit den neuen Cloud-Optix-Datenquellen in der XDR-Lösung können Administratoren nun Aktivitäten auf API-, CLI- und Managementkonsolen in Umgebungen von AWS, Azure und

GCP untersuchen. Für Cloud Optix selbst sammelt Sophos Daten aus den eigenen Produkten Intercept X für Server, „Sophos Firewall“ und „Sophos E-Mail“. Der Hersteller speichert bis zu 90 Tage lang On-Device-Daten und bis zu 30 Tage lang produktübergreifende Daten in seinem Data Lake. Die Einblicke, die Admins dadurch erhalten, können sie über Sophos Central und über offene Anwendungsprogrammierschnittstellen in weitere Systeme einbinden, zum Beispiel in SIEM- (Security Information and Event Management), SOAR- (Security Orchestration, Automation and Response), PSA- (Professional Service Automation) oder RMM-Systeme (Remote Monitoring and Management). ms

XDR³

Cortex geht in die dritte Runde

Palo Alto weitet mit der dritten Version der XDR-Lösung Cortex die Funktionen der Plattform auf Cloud-Umgebungen aus. Damit können SOC-Teams die Prävention und Erkennung von Sicherheitsvorfällen sowie die Reaktion darauf direkt auf ihren Cloud Assets durchführen. Um umfassendere Untersuchungen der Ereignisse vorzunehmen, können Sicherheitsteams mit Cortex XDR 3.0 Daten aus beliebigen Lösungen von Drittanbietern aufnehmen und mit anderen Quellen korrelieren. ms



BILD: © KRASS99 - STOCK.ADOBE.COM

Mit Cortex XDR 3.0 können Unternehmen ihre Cloud Assets untersuchen.

CES 2022 IM ZEICHEN VON CORONA UND NEW WORK

Die Hightech-Messe stand auch dieses Jahr im Zeichen von Corona. Als Hybridveranstaltung lockte die CES dennoch zahlreiche Aussteller und Besucher nach Las Vegas und vor die Monitore. Zu den Trends gehören Mobilgeräte für das Leben in und nach der Pandemie.



BILD: ACER, DELL, HP, LENOVO

Nachdem die CES schon 2021 als rein virtuellen Veranstaltung ausgetragen wurde, sollten sich in diesem Jahr wieder Aussteller und Besucher aus aller Welt durch die Hallen in Las Vegas drängeln. Doch dann kam Omikron, und es hagelte Absagen. Die Schwergewichte der Tech-Branche wie Acer, AMD, Intel oder Lenovo oder Samsung verwiesen auf die Infektionsrisiken für ihre Mitarbeiter und zogen Online-Präsentationen vor.

Dennoch kamen laut Messeveranstalter CTA über 2.300 Aussteller und 45.000 Besucher aus 119 Ländern in die Wüstenstadt, um Innovationen und Produkte aus den Bereichen Künstliche Intelligenz, autonome Fahrzeuge, digitale Gesundheit oder

Smart Home zu präsentieren oder in Augenschein zu nehmen.

Nachhaltigkeit war bei den meisten Ausstellern das allumfassende Thema. So drehte sich die Eröffnungs-Keynote von Samsung-Chef Jong-Hee Han fast ausschließlich um nachhaltige Produkte. Beispielsweise soll eine neue TV-Fernbedienung Millionen von Batterien überflüssig machen. Den Strom für die Eco-Remote-Fernbedienung liefern Sonnenstrahlen und Radiowellen, die Geräte wie WLAN-Router aussenden.

Homeoffice und Homeschooling haben dem Notebook-Markt zu einem Höhenflug verholfen. Kein Wunder also, dass die großen

Computerhersteller die CES 2022 nutzten, um die neuesten mobilen Rechner vorzustellen. Ausgestattet sind sie fast ausnahmslos mit den neuesten Prozessoren von AMD oder Intel (s. Kasten S. 37). Unterschiedlich ist aber durchaus das Design der Geräte. Und genau dabei haben sich Hersteller wie Asus oder Lenovo etwas einfallen lassen. Während Asus das erste 17 Zoll große Notebook mit einem faltbaren Screen präsentierte, zeigte Lenovo mit dem Thinkbook Plus Gen 3 ein Gerät mit zwei Displays, wobei das 8 Zoll große Zweit-Display neben der Tastatur integriert wird. Darüber lassen sich unter anderem handschriftliche Notizen eingeben oder Bilder bearbeiten.

Das Zenbook 17 Fold OLED von Asus verfügt über ein 17,3 Zoll großes Display, das sich mittig zusammenfallen lässt, sodass zwei 12,5-Zoll-Bildschirme im 3:2-Format verfügbar sind.



BILD: ASUS

Auch Gaming-Neuheiten kamen auf der CES 2022 nicht zu kurz. So hat der Grafikkarten-Spezialist Nvidia die Familie der auf der Ampere-Architektur basierenden GPUs mit der GeForce RTX 3050 weiter ausgebaut. Sie verfügt über 8 GB Speicher, 2.560 CUDA-Cores – knapp 1.000 weniger als bei einer GeForce RTX 3060 – und über Raytracing- sowie Tensor-Cores. Entwickelt wurde sie, um selbst bei 1080p-Auflösung ausreichend Leistung zu bieten.

Beim Helios 300 von Acer zum Beispiel kombiniert der Hersteller den Alder-Lake-Prozessor mit einer Nvidia GeForce RTX 3080 oder RTX 3070 Ti. Der in der Maximalconfiguration mit einem Core i7 ausgerüstete Gaming-Mobilrechner kann mit einer Turbo-Taste auf maximale Gaming-Performance gebracht werden.

Auch Asus setzt bei seinen Gaming-Computern auf Grafik-Power von Nvidia. So wird etwa das ROG Zephyrus Duo 16 angetrieben von einem AMD Ryzen 9 6000 Prozessor und der Nvidia GeForce RTX 3080 Ti Laptop GPU.

Zotac bringt zwei Custom-Versionen der neuen kleinen Nvidia-Karte auf der Markt: Die GeForce RTX 3050 Twin Edge und die GeForce RTX 3050 Twin Edge OC mit erhöhter Taktrate. Außerdem präsentierte Zotac mit der Zbox Magnus ENI73080C einen neuen Mini-PC mit nur 2,65 Litern Gehäusevolumen. Im Inneren arbeiten ein Intel Core i7-11800H mit acht Kernen und Nvidias GeForce RTX 3080 mit 16 GB GDDR6-Speicher.

Falt-Notebooks klingen zunächst nicht wirklich exotisch. Sind sie aber dennoch, wenn dabei ähnlich wie bei den faltbaren Smartphones von Samsung oder Huawei der Bildschirm gefaltet wird. Genau das hat Asus in Zusammenarbeit mit Intel und BOE bei dem Zenbook 17 Fold OLED ge-

macht. Das 17,3 Zoll große Display des Mobilcomputers lässt sich mittig zusammenfallen, sodass zwei 12,5-Zoll-Displays im 3:2-Format verfügbar sind. Dabei wiegt das Zenbook Fold ein wenig mehr als drei Pfund und ist im aufgefalteten Zustand 8,7 mm dünn. Dafür lässt es sich etwa mit der ErgoSense Bluetooth-Tastatur flexibel als Laptop oder Tablet, im Buch- oder Extend-Modus einsetzen. Angetrieben wird das Falt-Notebook von Intel Core-Prozessoren der 12. Generation (bis zum i7-1250U) und Intel Iris Xe-Grafikkarten.

Lenovo zeigte vor genau zehn Jahren auf der CES mit dem ersten Yoga ein neues Konzept für 2-in-1-Notebooks, das sich über sein 360-Grad-Scharnier in Windeseile zum Beispiel in ein Tablet verwandeln ließ. Heute haben fast alle Notebookhersteller vergleichbare Geräte im Portfolio, und der Yoga-Erfinder wird nicht müde, die unterschiedlichsten Varianten von Mobilrechnern mit 360-Grad-Scharnier auf den

AMD: Zen 3+ für Notebooks und 3D-Cache für Desktop-PCs

Mit der Ryzen-6000-Serie für Mobilrechner bringt AMD die ersten Zen-3+-Prozessoren auf den Markt. Diese unter dem Codenamen Rembrandt entwickelten CPUs verfügen über eine verbesserte Mikroarchitektur. Die neuen Prozessoren sind zudem für die Nutzung von DDR5-Speichern ausgelegt, und sie unterstützen nun auch PCI-Express 4.0 und USB 4. Einen großen Sprung macht AMD bei der im Prozessor integrierten Grafikeinheit: Die Vega-GPU wird durch die aktuelle RDNA-2-Technik mit verdoppelter Leistung abgelöst.

Für Desktop-PCs kommt zur CES nur ein neues Modell: der Ryzen 7 5800X3D. Er ist ein Zen-3-Prozessor, der in bisherige Sockel-AM4-



BILD: AMD

Die AMD-Chefin Lisa Su präsentiert den Ryzen 6000 für Mobilrechner. Er basiert auf der neuen Zen-3+-Architektur und enthält eine RDNA2-Grafikeinheit.

Mainboards passt, aber mit 96 statt 32 MB L3-Cache ausgestattet ist. AMD nutzt hier mit 3D-Cache eine Technik, die primär für Epyc entwickelt wurde, um auf dem Core-Chiplet (CCD) per Chip-Bonding einen weiteren Die mit 64 MB L3-Cache unterzubringen. **kl**



BILD: ASUS

Beim ROG Zephyrus Duo 16 von Asus ist mit dem ScreenPad Plus ein zweites Display integriert.

Projekt Luna: Nachhaltiges Notebook von Dell

Wie der optimale Aufbau eines nachhaltigen Notebooks aussehen könnte, hat Dell mit dem Projekt Luna, das in Kooperation mit Intel entwickelt wurde, gezeigt. Das Gehäuse besteht wie beim XPS aus mit Wasserkraft hergestelltem Aluminium. Das Lösen von vier Schrauben reicht aus, um an die Komponenten zu kommen, die sich alle leicht demontieren und ersetzen lassen. Insgesamt soll Luna mit einem Zehntel der Schrauben im Vergleich zu einem herkömmlichen Notebook auskommen. Das Mainboard basiert auf einem PCB, dessen Kunststoffschichten durch Leinenfasern ersetzt wurden. Der Polymer-Klebstoff zwischen den Schichten ist wasserlöslich, damit sich die einzelnen Materialien leichter trennen lassen. Das Mainboard, bestückt mit einem Alder-Lake-Mobile-Prozessor, ist um etwa 75 Prozent kleiner als herkömmliche Platinen und mit 20

Das Gerät kann mühelos in seine Einzelteile zerlegt und so auch repariert werden. Es gibt nur wenige Schrauben, und nichts ist verklebt.



Prozent weniger Bauteilen bestückt. Montiert ist es im Display-Cover hinter dem besonders stromsparenden Panel. So ist laut Dell die Kühlung einfacher und kommt ohne Lüfter aus. Die Schaltungen für die Akkusteuern sind auf einer eigenen Platine in der Basiseinheit untergebracht. In dieser Form ist das Luna-Notebook eine reine Studie. Doch könnte die Realisierung der Designidee zu einer Halbierung des CO₂-Fußabdrucks führen.



Zwei Monitore für eine höhere Produktivität. Zusätzlich zum 21:9-Hauptdisplay mit 17,3 Zoll Diagonale haben die Lenovo-Entwickler einen 8-Zoll-Touchscreen eingebaut, den Windows 11 als zweiten Monitor nutzt.

Markt zu bringen. Dem Nachhaltigkeits-trend folgend gesellt sich jetzt unter anderem das 13 Zoll große Yoga 6 dem Lenovo-Portfolio hinzu. Das Display-Cover besteht aus recyceltem Aluminium oder einer mit Stoff bezogenem Abdeckung, die zu 50 Prozent aus recyceltem Kunststoff besteht. Für das Netzteil und die Akkuzellen wird ebenfalls teilweise wiederverwerteter Kunststoff genutzt. Angetrieben wird das Yoga 6 von einem Ryzen 5 5500U oder Ryzen 7 5700U, ein AMD-Prozessor mit integrierter Radeon-Grafik.

Zuwachs gab es auch bei der Thinkpad- und Thinkbook-Reihe von Lenovo. Hervorzuheben ist dabei das Thinkbook Plus Gen 3 mit zwei Displays. Neben der Tastatur hat der Hersteller ein 8-Zoll-Touchdisplay integriert. Da das Gerät dadurch ziemlich breit wird, dient ein 17,3-Zoll-IPS-Panel im 21:9-Format als Hauptdisplay. Es verfügt über eine Auflösung von 3.072 x 1.440 Pixel, während der zusätzliche Touchscreen mit 800 x 1.280 Pixeln auflöst. Trotz seiner Größe bringt das Thinkbook Plus

Gen 3 nur zwei Kilo auf die Waage. Das mit Intel-Alder-Lake-Prozessoren und bis zu 32 GB LPDDR5 bestückte Dual-Screen-Thinkbook soll im September verfügbar sein und ab 1.049 Euro (UVP) kosten.

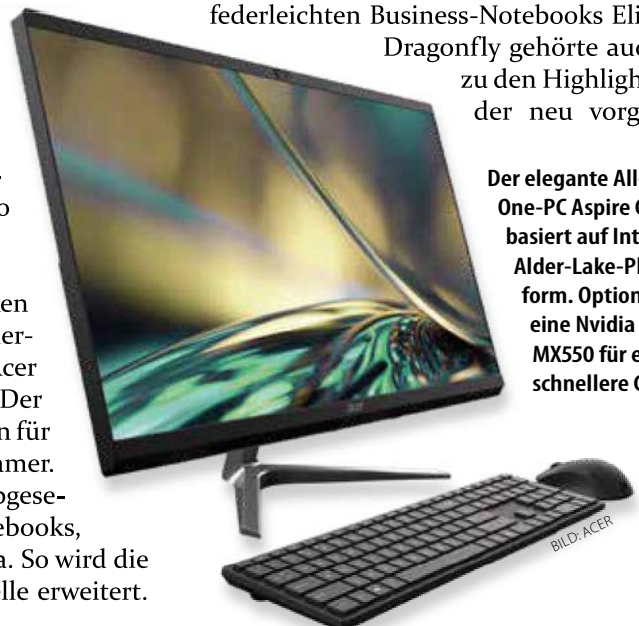
Alder-Lake-Prozessoren stecken auch in den meisten Consumer- und Gaming-Rechnern, die Acer auf der CES vorgestellt hat. Der Fokus lag dabei auf Produkten für private Anwender und für Gamer. Typische Business-Geräte, abgesehen von einzelnen Chromebooks, standen nicht auf der Agenda. So wird die Swift-X-Serie um zwei Modelle erweitert.

Das 1,4 kg leichte und 17,9 mm dünne 14 Zoll große Alu-Notebook (SFX14-51G) wartet mit Intel-Core-Prozessoren der 12. Generation und einer zusätzlichen Nvidia Geforce RTX 3050 Ti auf. Das 16 Zoll große Swift X (SFX16-52G) nutzt zusätzlich zu der integrierten Iris-Xe-GPU die brandneue Intel-GPU Arc A370. Bei beiden Notebooks ist der Core i7-1280P mit sechs P- und acht E-Cores die Maximaloption. Zur besseren Wärmeableitung von CPU und GPU setzt Acer nicht nur zwei Heatpipes und einen beziehungsweise zwei Lüfter ein, sondern zusätzlich eine luftdurchlässige Tastatur.

Ebenfalls Premiere auf der CES feierten die All-in-One-PCs Aspire C27 und C24 von Acer. Auf den Mainboards hinter dem fast randlosen 24- oder 27-Zoll-Panel sitzen nicht nur eine Intel-Alder-Lake-CPU, sondern optional zusätzlich eine Nvidia Geforce MX550-GPU. Der DDR4-Arbeitspeicher kann bis zu 32 GB groß sein, als Massenspeicher dienen eine 512-GB-SSD und eine HDD mit einem TB Kapazität.

Schnelle Desktop PCs und Notebooks waren bei HP mit im Messegepäck. In dem neuen Envy Desktop PC sitzen Intel-Alder-Lake-Prozessoren bis zum Core i9-12900K, bis zu 128 GB DDR4-SDRAM und AMD-RX- oder Nvidia-RTX-Grafikkarten (bis Radeon RX6700XT oder Geforce RTX 3080 Ti).

Die inzwischen dritte Generation des federleichten Business-Notebooks Elite Dragonfly gehörte auch zu den Highlights der neu vorge-



Der elegante All-in-One-PC Aspire C24 basiert auf Intels Alder-Lake-Plattform. Optional sorgt eine Nvidia Geforce MX550 für eine schnellere Grafik.

stellten Geräte von HP. Das mit Windows 11 ausgestattete Elite Dragonfly G3 wiegt weniger als ein Kilo. Ausgestattet ist der 13,5 Zoll große Mobilrechner, der aus recyceltem Magnesium, Aluminium und so genannten Meeresplastik gefertigt ist, mit einem Intel Alder Lake U Prozessor mit vPro-Unterstützung. Der LPDDR5-Arbeitsspeicher kann bis zu 32 GB groß sein, und die PCIe-SSD fasst bis zu zwei TB.

Für den Einsatz im Büro oder im Homeoffice zeigte HP gleich fünf mit 5-MP-Webcams ausgestattete Monitore. Die Modelle HP E24m G4, E27m G4 und E34m G4 werden explizit als Konferenzmonitore eingestuft. Sie sind für Zoom zertifiziert, bieten eine versenkbare und in der Neigung verstellbare Webcam mit Windows-Hello-Unterstützung sowie Mikrofone mit Geräuschunterdrückung.



BILD:HP

Die dritte Generation des HP Elite Dragonfly ist mit einem Display im 3:2-Format ausgestattet.

Konferenz-Monitore präsentierte hingegen Dell anlässlich der CES. Der Dell UltraSharp 32 4K Video Conferencing Monitor ist laut Hersteller speziell für den Collaboration-Einsatz gedacht. Seine Webcam zeichnet Videos in 4K (bei 30 fps) oder in FHD (bei bis zu 60 fps) auf. Dazu gibt es Dual-Array-Mikrofone und 14-Watt-Lautsprecher. Das Display ist für Microsoft Teams zertifiziert und bringt spezielle Sicherheits-Features mit.

Darüber hinaus gab es bei Dell vor allem verschiedene Konzeptstudien für den modernen digitalen Arbeitsplatz zu sehen. Unter dem Decknamen Projekt Pari hat der Hersteller eine drahtlose Full-HD-Webcam entwickelt. Sie kann während einer Videokonferenz abgenommen und auf dem Panel kompatibler Displays befestigt werden. So lassen sich in einer Konferenz Bilder von Objekten einblenden, über die gerade geredet wird.

Mit dem Projekt Flow soll eine Lösung für den nahtlosen Übergang zwischen mobilem und stationärem Arbeiten entstehen. Dabei kommen Technologien wie das kabellose Laden von Notebooks oder WiFi 6E Docking zum Einsatz, um einen Mobilrechner automatisch mit Monitor, Maus, Keyboard und einem sicheren Netzwerk zu verbinden. Weitere Elemente von Flow sind das automatische An- und Abmelden per Kamera und situationsbedingte Anpassung der Arbeitsumgebung. Stanza nennt sich schließlich eine Konzeptstudie für ein

Intel: Alder Lake für Notebooks und Mainstream-PCs

Mit seiner hybriden Architektur aus schnellen P- und sparsamen E-Cores auf Atom-Basis ist Alder Lake im Prinzip eine ideale CPU für Mobilrechner. Die schnellsten Mobile-CPUs von Intel sind die Alder-Lake-H-Modelle. Im Gegensatz zu den Desktop-CPUs sind die Core-H-Prozessoren der 12. Generation allerdings mit maximal sechs statt acht P-Cores ausgestattet. Für Desktop-Rechner präsentierte Intel



BILD:INTEL

Alder Lake S für Desktop-PCs kommt in verschiedenen Varianten mit und ohne E-Cores. Die Spannbreite reicht dabei vom Core i9-12900 mit insgesamt 16 Cores bis hinunter zur Dual-Core-CPU Celeron G6900.

22 neue Alder-Lake-Prozessoren für den Sockel 1700, von denen etliche bereits verfügbar sind. Hybrid-Prozessoren sind dabei nur die Core-i9- und die Core-i7-Modelle mit jeweils acht P- und acht beziehungsweise vier E-Cores. Bei den Core-i5- und Core-i3-Prozessoren sowie bei Pentium Gold und Celeron verzichtet Intel auf die sparsamen E-Cores. kl



Näher an meinen Karrierezielen Mein Fernstudium an der HFH

Jetzt flexibel und berufsbegleitend zum staatlich anerkannten Bachelorabschluss – die HFH macht's möglich!

NEU!
Studienstart
Juli 2022

Digital Engineering (B.Sc./B.Eng.) Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)

- Mit Ihrem Abschluss qualifizieren Sie sich für anspruchsvolle Tätigkeiten an den Schnittstellen von Informatik und BWL oder Maschinenbau, Elektro-/Informationstechnik.
- In Ihrem Studium beschäftigen Sie sich u.a. mit Geschäftsprozessmodellierung, Künstlicher Intelligenz, Industrie 4.0 und Business Intelligence.
- Neben den Basismodulen können Sie aus diversen Schwerpunkten wählen und sich so nach Ihren Interessen spezialisieren.
- In interdisziplinären Projekten wenden Sie die gelernten Inhalte auf praxisrelevante Fragestellungen an.

Kabellose Sound- und Office-Produkte von Jabra

Besser hören und gehört werden: Jabra hat anlässlich der CES 2022 neue Kopfhörer vorgestellt. Enhance Plus soll Störgeräusche unterdrücken und Menschen mit leichter bis mittlerer Hörschwäche unterstützen. Zum Einsatz kommen dabei Funktionen wie digitale Rauschunterdrückung und digitale Rückkopplungsunterdrückung.

Die In-Ears Elite 4 Active blenden ebenso wie die Elite 7 Pro dank integrierter Active Noise Cancellation Umgebungsgeräusche aus.

Zu den Neuheiten des Herstellers gehört mit PanaCast 20 außerdem eine Webcam mit integrierten Sicherheitsfunktionen. ms



Die Kamera PanaCast 20 bietet Videos in 4K Ultra HD HDR, intelligenten Zoom und eine automatische Beleuchtungskorrektur für eine optimale Bildqualität.

BILD: JABRA

ultraflaches 11-Zoll-Tablet, das als Notizblock für handschriftliche Skizzen und Notizen entwickelt wurde. Das Tablet kommt daher ohne Kamera, Lautsprecher und USB-Ports aus. Der Stift ist gleichzeitig ein Mikrofon für die Spracherkennung. Geladen und synchronisiert wird das Tablet über ein Dock.

Ähnlich visionär sieht auch die neue Mobilität des Tech-Riesen Sony aus. Die Japaner brachten keine neuen Smartphones auf die CES. Vielmehr zeigten sie mit Vision-S 02 den zweiten Prototypen eines selbstfahrenden



Sony präsentierte mit Vision-S 02 auf der CES den Prototypen eines selbstfahrenden Autos voller Sony-Technik.

BILD: SONY



Der HP E34m G4 ist ein 34-Zoll-Curved-Monitor mit leistungsstarker 5-MP-Kamera und USB-C-Docking-Funktion.

BILD: HP

den Autos. Er steckt voller Technik und Unterhaltungselektronik aus dem Hause Sony. Um etwa die Umgebung in Echtzeit erkennen zu können, sind in dem Fahrzeug hochempfindliche CMOS-Bildsensoren mit hoher Auflösung und großem Dynamikbereich sowie LiDAR-Sensoren, die den dreidimensionalen Raum genau erfassen, integriert.

Trends zu vernetztem autonomen Fahren beherrschen auch die Präsentationen der Autohersteller und -zulieferer, die sich seit Jahren schon ihr Stelldichein auf der CES geben. Bosch stellte mit Virtual Visor – eine digitale Sonnenblende vor. Das transparente LCD soll herkömmliche lichtundurchlässige Blenden im Auto ersetzen. Anhand intelligenter Algorithmen und der Augenposition des Fahrers, die über die Insassenbeobachtungs-Kamera ermittelt wird, verdunkeln sich automatisch die Teilbereiche des Displays, in denen die Sonne oder andere Lichtquellen den Fahrer blenden würden.

Autokino oder Kino auf Rädern der besonderen Art wird es bei BMW geben. Zur CES 2022 stellte der Premium-Autobauer einen

Ausblick auf Car-Entertainment-Systeme der Zukunft vor. Demnach verwandelt My Mode Theater den hinteren Innenbereich des Fahrzeugs in eine private Kino-Lounge mit einem 31 Zoll Ultra-Wide-Display im 32:9-Format. Dazu gibt es Surround-Sound und 5G fürs Streamen der Filme. BMW will aber nicht nur den Fahrzeuginnenraum digitalisieren. Vielmehr soll sich



Der Zbox Magnus EN173080C, ein leistungsstarker Mini-PC mit einer mobilen RTX 3080, feierte neben den RTX-3050-Einsteigerkarten von Zotac auf der CES 2022 Premiere.

BILD: ZOTAC

auch die Karosserie des Autos individuell anpassen lassen. Mit dem BMW iX Flow featuring E Ink kann der Fahrer nach Lust und Laune den Farbton seines Autos jederzeit verändern.

Schauplatz war die CES 2022 auch für Kuriositäten wie die humanoiden Roboter von Engineered Arts. Die Roboter-Dame Amecca kann nicht nur über Sprache mit Menschen kommunizieren, vielmehr zeigt ihr Gesicht auch Erstaunen oder Verärgerung.



Mehr unter:
<https://bit.ly/ITB-CES22>
Autoren:
Margrit Lingner
Klaus Länger

IPX 2022

Network Technology Conference

» 09. MÄRZ

www.ipxconference.de

JETZT ANMELDEN

THE NETWORK IS NOW! IT'S TIME TO ACT!

Bist Du bereit für exklusive Insights und Updates führender Netzwerk-Experten rund um Themen wie:

- SDN
- SD-WAN
- 5G
- Wi-Fi6E
- All-IP
- Remote Access
- Digital Workspace

Dann sei bei der Premiere des Jahres dabei.

09. MÄRZ | JETZT ANMELDEN

» HIER GEHT ES ZUR WEBSEITE



NACHHALTIGE SMARTPHONES: GEHT DAS?

Nachhaltigkeit ist aktuell in aller Munde. Insbesondere werben nun viele Smartphone-Hersteller mit dem Buzzword. Doch wie nachhaltig sind die Geräte wirklich, und was verstehen die einzelnen Hersteller unter Nachhaltigkeit? Wir geben einen Überblick.



BILD: THODONAL - STOCKADOBECOM

Die Produktwerbung ist voll von dem Schlagwort: Nachhaltigkeit. Das gilt nicht nur für Lebensmittel, sondern nun auch für Smartphones. Doch Umweltschutz und Nachhaltigkeit gestalten sich bei Mobiltelefonen durchaus komplex. Dem Umwelt Bundesamt zufolge verursacht die Produktion die größten Umweltauswirkungen. Folglich wäre es am nachhaltigsten und umweltfreundlichsten, gar kein Smartphone herzustellen.

Die Geräte regional zu produzieren, ist eine Möglichkeit, nachhaltiger und umweltfreundlicher zu sein. Jedoch kann ein Smartphone nicht vollständig in Deutschland hergestellt werden. Es werden viele Materialien, Prozessoren sowie Edel- und Sondermetalle benötigt, die aus anderen Ländern importiert werden müssen. Neben der Produktion und den Lieferketten sind Recycling und Reparatur weitere Regulator-

ren, um ein Smartphone nachhaltiger zu machen. Im Folgenden haben wir bekannte Player und ihre Konzepte für nachhaltigere Smartphones genauer unter die Lupe genommen:

Gigaset ist im ITK-Channel bekannt für die Telefone sowie das Gütesiegel „Made in Germany“, das auch für die Smartphones des Herstellers gilt. Jedoch werden auch dabei einige Komponenten aus anderen Ländern benötigt, weshalb sich das Siegel auch nur auf die Produktion bezieht. Dabei setzt das Unternehmen auf modernste Technologien sowie grünen Strom. Die Produktion in Deutschland hat aber den Vorteil von kürzeren Lieferwegen zu regionalen Partnern sowie die Einhaltung von gesetzlichen Umweltsprüchen und Arbeitsbedingungen an produzierenden Unternehmen in Deutschland.

Bei Produkten setzt Gigaset auf Langlebigkeit. Deshalb kommt das Gigaset GS5 mit einem Wechsel-Akku, der vom Nutzer ausgetauscht werden kann. Des Weiteren wird das Smartphone nur verschraubt und nicht verklebt, sodass sich die Reparatur einfacher gestaltet. Das begünstigt das Credo des Herstellers „Reparatur vor Austausch“. Dafür können Verbraucher einen Reparatur-Service in den eigenen Werkstätten nutzen. Zudem besteht die Verpackung aus Wellpappe, die ressourcenschonend sei und später wieder der Kreislaufwirtschaft zugeführt werden kann.

Bei Fairphone geht es um die faire Produktion von Elektrogeräten. So achtet das Social Business eigenen Aussagen zufolge bei den Materialien auf nachhaltigen und fairen Quellen und sorgt sich um die sozialen Arbeitsbedingungen, wie faire Löhne und

	Gigaset	Faiphone	Rephone	Shiftphone
Produktion	Deutschland	Niederlande	Deutschland	China
Rohstoffe	nicht fair	fair	nicht fair	fair
Strom	Ökostrom	Ökostrom	Ökostrom	/
Gerät	nicht verklebt, sondern verschraubt, austauschbarer Akku	modularer Aufbau, austauschbarer Akku, Rückseite aus recyceltem Polycarbonat	modularer Aufbau, austauschbarer Akku, Rückseite aus Recyclat	modularer Aufbau, austauschbarer Akku,
Software	Update bis Android 12	dauerhafter Support	Update auf Android 12 3 Jahre Sicherheitsupdates	Nutzer bestimmt selbst
Recycling	Reparatur-Service	selbstständige Reparatur, pro Smartphone wird Elektromüll recycelt	Recycling-Prämie, Repairshop, ggf. selbst	Umweltpfand, eigenständige Reparatur oder Service
Verpackung	plastikfrei, Wellpappe	plastikfrei	plastikfrei, Grasfasern	plastikfrei, Naturkarton, Recyclingpapier
CO₂-Kompensation	Verpackung des GS4 und GS5	/	für jedes Rephone	/

QUELLE: IT-BUSINESS

keine Kinderarbeit. Die 14 Materialien, die im neusten Modell Fairphone 4 verbaut sind, stammen aus fairen Quellen. Darunter sind Fairtrade-zertifiziertes Gold, Alu von Lieferanten, die nach dem Aluminium Stewardship Initiative (ASI) Performance Standard zertifiziert sind, faires Wolfram aus Ruanda sowie recyceltes Zinn, seltene Erden und Kunststoffe.

Bei jeder Fairphone-Generation hat das Unternehmen versucht, neue Ziele zu verwirklichen. Mit dem vierten Modell rückt die Umwelt in den Fokus, denn das Fairphone 4 soll Elektromüll-neutral sein. Darunter versteht das Unternehmen, dass für jedes verkaufte Fairphone 4 je ein Mobiltelefon oder die gleiche Menge an Elektronikmüll recycelt wird. Alternativ dazu werde laut Fairphone die Produktion eines neuen Telefons verhindert, indem für jedes verkaufte Fairphone ein altes Gerät generalüberholt wird und somit wieder verwendet werden kann. Neben einem austauschbaren Akku sowie einem modularen Aufbau besteht das Backcover des Fairphone 4 vollständig aus recyceltem Polycarbonat.

Mobilcom-Debitel präsentiert ein Smartphone mit dem Label „CO₂-neutral“: das Rephone. Das Gerät wurde ursprünglich von 4G Systems für die Freenet-Tochter entwickelt. Gefertigt wird das Smartphone bei Gigaset in Bocholt und nutzt folglich

denselben Ökostrom. Außerdem sind durch die lokale Produktion die Lieferwege verkürzt, was wiederum CO₂ spart. Allerdings ist es nicht möglich, auf Komponenten aus Asien zu verzichten. Deshalb gibt es Mobilcom-Debitel zufolge für diese eine CO₂-Kompensation, die in Kooperation mit Meo Carbon Solutions in verschiedenen Projekten umgesetzt wird.

Außerdem besteht die abnehmbare Rückseite des Smartphones aus recycelten Materialien, dem „Recyclat“. Zudem sind die Bauteile des Rephones nicht wie sonst üblich verklebt, sondern verschraubt. Für alle Nutzer, die nicht die geschicktesten Hände haben, um die Reparaturen selbstständig durchzuführen, bietet Mobilcom-Debitel einen lokalen Repair-Service an. Des Weiteren erhalten Kunden eine Recycling-Prämie. Und Kunden, die nach fünf Jahren ihr Gerät zurückgeben, erhalten neben dem Restwert des Smartphones eine zusätzliche Prämie von 25 Euro.

Shiftphone rühmt sich nicht nur mit dem Label „Nachhaltigkeit“, sondern setzt wie Fairphone auf faire Materialien, und die Geräte sollen sich darüber hinaus auch reparieren lassen. Zwar wird das Shiftphone immer wieder als „Smartphone aus Deutschland“ betitelt, produziert wird es jedoch in China, aber zu deutschen Arbeitsbedingungen. Dem Wirkungsbericht des Unternehmens nach ist die ferti-

ge Produktion in China, wo ein Großteil der Smartphone-Komponenten wie Chips oder Platinen hergestellt werden, umweltschonender als diese nach Deutschland zu transportieren und dort zusammenzubauen. Für die Angestellten in China sollen sich die Arbeitsbedingungen jedenfalls merklich verbessert haben.

Gleichwohl wird nicht nur bei der Produktion, sondern auch bei Rohstoffen und Lieferketten auf Fairness Wert gelegt. So soll nur faires Gold verwendet werden. Den wichtigen Rohstoff Zinn bezieht der Hersteller von Fairlöt aus Hamburg und statt des umstrittenen Coltans aus dem Kongo setzt Shiftphone Keramik ein.

Den größten Einfluss für Nachhaltigkeit sieht Shiftphone beim Produkt selbst. Der modulare Aufbau des Smartphones sorgt dafür, dass es auch Laien reparieren können, und Ersatzteile können leicht bestellt werden. Wenn die Technik veraltet ist, kann das Device entweder selbst nachgerüstet oder durch eine Upgrade-Option auf ein aktuelles Gerät gewechselt werden. Das Smartphone kann jederzeit zurückgegeben werden. Kunden erhalten neben einem entsprechenden Restwert ihr Gerätepfand von 22 Euro zurück.



Mehr unter:
<https://bit.ly/2ndHandSma>

Autor:
Ann-Marie Struck



SAP: DIE SUPPORT-UHR FÜR ALTSYSTEME TICKT

Die Umstellung auf SAP S/4 Hana läuft auf Hochtouren, da die Unterstützung für Altsysteme ab Ende 2027 eingestellt wird. Die Migration der Daten ist voller Tücken, die mit rechtlichen Anforderungen zu tun haben. Eine Schweizer Firma ist auf deren Lösung spezialisiert.

Datenmigration: Die Umstellung auf SAP S/4 Hana läuft auf Hochtouren.

BILD: ENVPX - STOCKADobe.COM

„Die Situation ist paradox“, sagt Thomas Failer, CEO der Schweizer Data Migration International. Denn SAP-Kunden wissen, dass sie auf die neue Softwaregeneration aus Walldorf umsteigen müssen, und wollen das auch. „Andererseits wissen viele von ihnen nicht so recht, wie sie die Transformation und Migration zügig und in Abstimmung mit dem Business und dem Management bewältigen können“, so der SAP- und Datenmigrations-Experte. Die ganze Situation ähnele dem Generationswechsel von R/2 auf R/3 Ende der 1990er Jahre. Als die Nutzer damals die grundsätzlichen Fragen geklärt hatten und loslegen wollten, reichten die Beraterkapazitäten am Markt nicht mehr aus, um die geballte Nachfrage zu befriedigen. Zumal der Teufel im Detail steckt: So erkennen Finanzbehörden und Wirtschaftsprüfer die Beweiskraft von historischen Daten nur an, wenn diese während der gesetzlich vorgeschriebenen Aufbewahrungsfristen in ihrer Struktur nicht verändert werden. Daher

stehen die Unternehmen vor der Herausforderung, die historischen Daten zusammen mit dem Geschäftskontext, in dem sie entstanden sind, auch nach dem Umstieg zu erhalten. Das gilt ebenfalls für den Zugriff darauf. Wenn sie dabei auf traditionelle Ansätze setzen, bedeutet dies Mehraufwand und -kosten, einschließlich des Weiterbetriebs der Legacy-Applikationen.

Ein weiteres Problem liegt in Regularien neueren Datums, weiß Failer zu berichten. „So erfordert zum Beispiel die europäische Datenschutzgrundverordnung, dass die Unternehmen auch bei historischen Daten in der Lage sein müssen, Informationen, die der Regulierung unterliegen, auf der Ebene des einzelnen Datensatzes zu identifizieren und zu löschen. Bei vielen Altsystemen ist das jedoch nicht oder nur mit großem Aufwand möglich.“ Historische Daten sollten daher aus den Applikationen und Systemen kontinuierlich herausgelöst werden, und zwar zusammen mit ihrem

Geschäftskontext, damit ihre rechtliche Gültigkeit und Beweiskraft erhalten bleibt. Dadurch lässt sich ihr Lebenszyklus auf der Ebene des einzelnen Datensatzes unabhängig von den Ursprungsapplikationen und -systemen bis zur rechtssicheren Löschung managen.

Die Daten lassen sich außerdem auf der Plattform bereinigen, anreichern und optimieren. „Zudem können die Unternehmen genau diejenigen Daten selektieren, die sie in SAP S/4 Hana tatsächlich benötigen“, beschreibt der Firmengründer. Seiner Erfahrung nach sind das in der Regel nur zehn Prozent. Zudem erlaube JiVS IMP die automatische Transformation dieser Daten auf die neue Struktur in der Hana-Datenbank, sodass die anschließende Migration sich in der Regel mit Standardwerkzeugen bewältigen lässt.

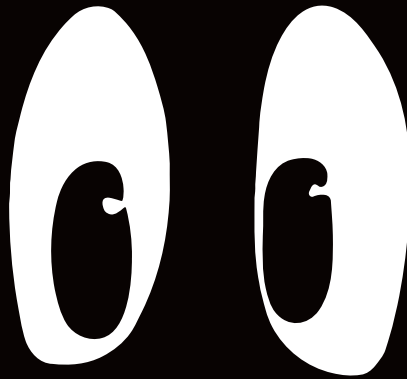
Die Anwender können dann aus SAP S/4 Hana heraus auf die historischen Daten genauso wie in den Vorgängersystemen zugreifen; sie würden gar nicht merken, dass diese Daten nicht direkt im Live-System hinterlegt wurden.

Um solche Projekte umzusetzen, bietet Failer Unternehmen die Plattform „JiVS IMP“. Die Altsysteme lassen sich damit nach der Datenübernahme komplett stilllegen. Das spare 80 Prozent und mehr der Betriebskosten, während für 100 Prozent Rechtssicherheit gesorgt sei, sagt der Manager. Um die vielen Projekte zu stemmen, setzt das Schweizer Unternehmen auf IT-Dienstleister. „Wir bilden unsere Partner in speziellen Workshops aus und begleiten sie im Sinne eines Coachings und Mentorings in den ersten gemeinsamen Projekten. Danach unterstützen wir sie natürlich im Hintergrund durch unseren Support“, so Firmengründer Failer.



Mit dem Umstieg auf SAP S/4 Hana wird eine schnellere In-Memory-Datenbank-technologie eingeführt.

Autor:
Dr. Stefan Riedl



STROM WEG – DATEN WEG?

Der USV-Hersteller mit 36 Monaten Garantie

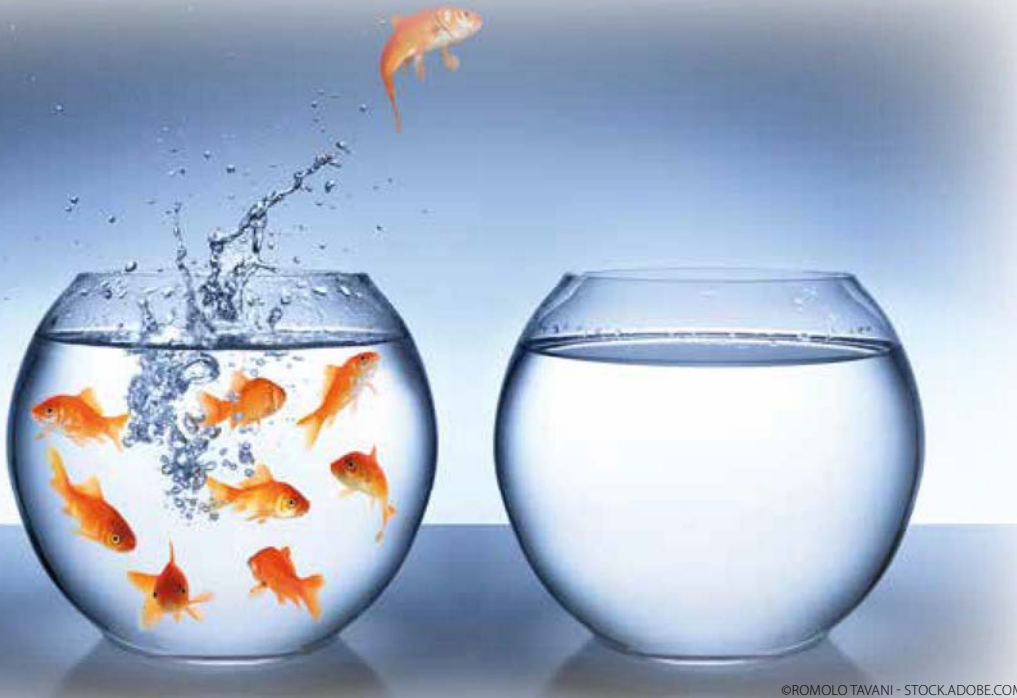
Telefon: 089-242 39 90-10
info@online-usv.de • www.online-usv.de



ONLINE TM
U S V · S Y S T E M E A G
Luise-Ullrich-Straße 8 • 82031 Grünwald

DER LOCK-IN-EFFEKT DER CLOUD UND DIE EAGLES

Im Song „Hotel California“ heißt es „You can check out any time you like, but you can never leave“. Man könnte meinen, die Eagles singen von der Cloud und dem Lock-in-Effekt, der in den Wirtschaftswissenschaften Wechselbarrieren und -kosten umfasst.



„Der Rückweg aus der Cloud stellt sich als nicht ganz so schwierig dar, wie aus einer Sekte oder der Psychiatrie – je nach Interpretation des Songs“, sagt Henrik Hasenkamp, CEO bei Gridscale. Doch auch bei der Cloud würden den Unternehmen Probleme in Form von zu langen Vertragslaufzeiten, zu engen Herstellerspezifikationen und vorausgesetztem Spezialwissen drohen. Die Gefahr bestehe, zum „Prisoner of your own device“ zu werden, paraphrasiert Hasenkamp frei nach den Eagles.

Ursprünglich waren Cloud-Angebote für Flexibilität und Pay-as-You-Go-Modelle bekannt, jedoch scheint sich die Problematik rund um Lock-in-Effekte und lange Vertragslaufzeiten eher zu verschärfen. Es stimme schon, dass Cloud und Flexibilität gerne in einem Atemzug genannt werden, sagt der CEO. Die Freiheit, Ressourcen schnell hinzuzubuchen, berge aber auch Risiken. „Als das Thema noch neu war und die ersten Firmen in die Cloud gewechselt sind, hat man viel Augenmerk darauf ge-

legt, sie richtig zu nutzen, die bestmögliche Performance aus ihr herauszuholen et cetera.“ Im Laufe der Zeit seien Unternehmen aber nachlässiger geworden, was ihre Partnerschaften rund um den IT-Betrieb angeht: „Ist der passende Dienstleister gefunden, wird ein Haken gesetzt und das Thema ad acta gelegt. Die nächste Vertragsverlängerung kommt dann unerwartet und man hat sich nicht nach einer neuen, vielleicht besseren Lösung umgeschaut und bleibt somit bei seinem alten Partner“, so Hasenkamp.

Die fehlende Dynamik im Markt begründe sich zu einem großen Teil in der Tatsache, dass die Cloud mittlerweile fest etabliert ist und als selbstverständlich angesehen wird. Nicht mal nach den aktuell günstigsten Stromanbietern wird trotz entsprechend lautender Werbebotschaften gesucht. Was Cloud-Dienste angeht, benennt Hasenkamp einen weiteren Faktor neben dieser Wechselträgheit. Sie seien tief in die Pro-

zesse von Unternehmen eingebettet. „Ein Wechsel erscheint aufwendig und umständlich und erfolgt deshalb spät.“

Bei Gridscale wird vor diesem Hintergrund versucht, Cloud-Grenzen durch offene Standards und Schnittstellen zu überschreiten. „Darüber hinaus gibt es bei uns weder definierte Vertragslaufzeiten noch irgendwelche Mindestkontingente, sondern ausschließlich eine Abrechnung nach tatsächlicher Inanspruchnahme unserer Cloud-Ressourcen“, sagt Hasenkamp. Viele Kunden bauen Private-Cloud-Architekturen im eigenen Unternehmen auf und nutzen Gridscale-Dienste im Hybridmodell.

Derlei Baukastensysteme punkten derzeit wegen strenger Compliance-Anforderungen aber auch aus Kostensicht. Denn oftmals ergebe es schlicht keinen Sinn, alle Daten und Workloads in eine Public Cloud zu verlagern. „Die aktuellen Diskussionen rund um Cloud-Repatriation, also die Rückführung von Cloud-Workloads zurück in die unternehmenseigenen Rechenzentren, unterstreichen diesen Aspekt noch einmal nachdrücklich“, sagt der CEO. Bei Gridscale schätzt man, dass am Ende des Jahrzehnts zumindest die Mehrheit der IT-Workloads, also etwa 50 bis 60 Prozent, auf den großen Public Cloud-Plattformen prozessiert werden. „Der Rest wird vermutlich nie diesen Weg gehen und möglicherweise dann irgendwann ersetzt werden. Hier erwarten wir eine Aufteilung zwischen kleineren Cloud Providern, On-Premises-Installationen und speziellen Dienstleistern für einzelne Technologien. Der europäische Markt wird sich zudem weiter vom amerikanischen emanzipieren und lokale Player mit passgenauen Lösungen und hoher Kundennähe werden weiter an Bedeutung gewinnen“, vermutet der Manager.



Kaum jemand wechselt trotz des Sparpotenzials den Stromanbieter. Auch im Cloud-Markt gibt es „Wechselträgheit“.

Autor:
Dr. Stefan Riedl

IST „OBSERVABILITY“ DAS NEUE MONITORING?

Super Mario verhält sich zu Minecraft wie Monitoring zu Observability. Mit dieser ungewöhnlichen Metapher aus dem Gaming-Umfeld grenzt der Manager von VMware Tanzu, Frederik Bijlsma, einen aktuellen IT-Trend vom Monitoring ab.

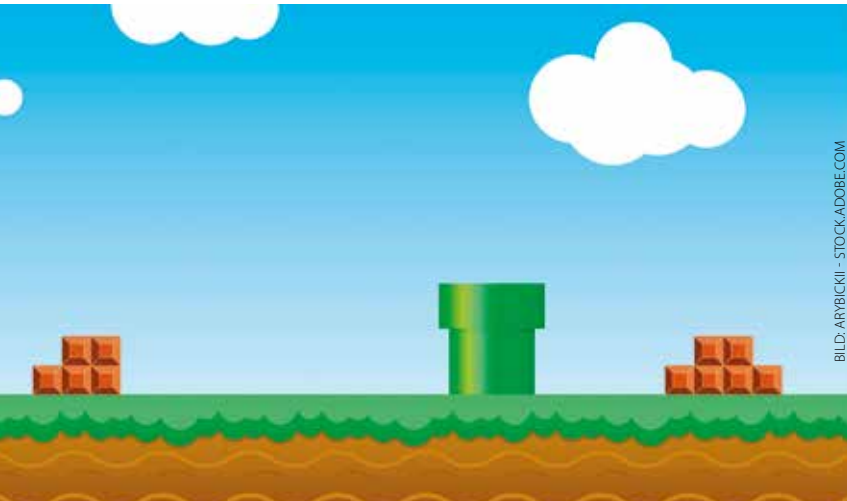


BILD: ARYBICKI - STOCK.ADOBE.COM



BILD: MIKHAIL - STOCK.ADOBE.COM

VMware Tanzu bietet eine „Enterprise Observability Plattform“, die es ermöglichen soll, auch in Multicloud- und Kubernetes-Systemen den Überblick zu behalten. Frederik Bijlsma, Senior Director Sales Central EMEA bei VMware Tanzu, betont in dem Zusammenhang, dass es einen Unterschied zwischen dem „Observability“-Begriff dieses Tools und Monitoring gibt und erläutert ihn anhand der Videospiele Super Mario und Minecraft. Bei dem Spiel rund um den italienischen Klempner gebe es acht Welten mit vier Stufen und egal, wie oft man neu startet, die Gegner würden immer an der gleichen Stelle warten. „Werte wie beispielsweise die Spanne der möglichen Punkte und die durchschnittlich benötigte Zeit zur Fertigstellung jeder Stufe sind bekannt“, so Bijlsma. Anhand dieser Metriken lasse sich ein gutes Bild vom Zustand des Systems machen. Liegen diese Werte außerhalb ihres normalen Bereichs, stimmt mit dem Spiel etwas nicht, und es ist auch ungefähr bekannt, was das sein könnte. „Dafür reicht ein einfaches Monitoring Tool“, fasst der Manager zusammen.

Im Gegensatz dazu stehe Minecraft, bei dem die Welt unendlich groß skaliert werden und vom Benutzer grenzenlos mani-



BILD: VMWARE

Frederik Bijlsma, Senior Director Sales Central EMEA bei VMware Tanzu

puliert werden kann. „Minecraft ist für das freie Spiel ohne ein klares Ziel konzipiert; es geht um Erkundung und Überleben und die

Interaktion mit anderen Spielern. Wie sollte man ein so komplexes System auch nur ansatzweise messen? Man weiß ja nicht einmal, was man nicht weiß“, sagt Bijlsma.

Der Observability-Ansatz sei dafür geeignet, tiefere Einblicke ins System zu gewinnen, während es organisch wächst, also wenn dem System neue Funktionen hinzugefügt werden, Updates auf den Markt kommen und mehr Datenverkehr auftritt. Diese Differenzierung spielt eine Rolle in Bezug auf IT-Umgebungen, die auch auf Cloud und Kubernetes setzen. Folgt man der Argumentation, zeigt Monitoring, ob eine Kubernetes-Umgebung und alle ihre Schichten wie erwartet funktionieren. Damit diese Art der Überwachung effektiv ist, müssten jedoch klare Erwartungen darüber bestehen, wie sich ein System verhalten

soll. Observability hingegen sei ein Hilfsmittel für komplexe Systeme wie Minecraft, das die unbekannt Variablen eines Systems verstehen kann. So können Probleme erkannt und behoben werden, bevor Endbenutzer davon betroffen sind.

Neben dem Einsatz in der „Enterprise Observability Plattform“ ist Observability auch ein Kernbestandteil der DevSecOps-Plattform „Tanzu Advanced“, die es Entwicklern und Sicherheitsteams ermöglicht, die gleichen Tools zu nutzen.

Diese Plattformen laufen auf Servern großer Public-Cloud-Anbieter sowie auf Basis von Openshift- und Tanzu-Umgebungen. IT-Dienstleister und Systemhäuser können sich als VMware-Tanzu-Partner zu „Master Competency Partner“ im Bereich Observability ausbilden. Vom Anspruch her gehe es dabei im Tagesgeschäft darum, komplizierte Sachverhalte und Problemstellungen in der Kunden-IT sichtbar zu machen und die Downtime für Cloud-Native-Applikationen zu senken.



Super Mario ist ein Jump-and-Run-Spiel, während bei Minecraft in theoretisch unbegrenzten Welten frei gebaut wird.

Autor:
Dr. Stefan Riedl

Vogel IT-Medien GmbH

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

Geschäftsführer: Werner Nieberle (-100), Günter Schürger

Co-Publisher: Lilli Kos (-300; verantwortlich für den Anzeigenteil)

Chefredakteur: Sylvia Lösel (sl)

CvD: Dr. Andreas Bergler (ab)

CvD-Online: Heidi Schuster (hs)

Chefreporter und CvD: Michael Hase

Leitender Redakteur: Dr. Stefan Riedl (sr)

Redaktion:

Sarah Böttcher (sb), Sarah Gandorfer (sg),
Klaus Länger (kl), Margrit Lingner (ml),
Melanie Staudacher (ms), Ann-Marie Struck (amy),
Ira Zahorsky (iz)

Media/Sales:

Besa Agaj /International Accounts (-112),
Stephanie Steen (-211), Hannah Lamotte (-193),
eMail: media@vogel.de

Anzeigendisposition: Alexandra Breuer,
Denise Falloni (-202)

Grafik & Layout: Carin Boehm, Johannes Rath,
Udo Scherlin

Bildnachweise: Titel:Taranukhin Alex - stock.adobe.com /
[M] Carin Boehm

EBV: Carin Boehm

Anzeigen-Layout:

Carin Boehm, Michael Büchner, Johannes Rath, Udo Scherlin

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

Erscheinungsweise: 14-täglich

Abonnement:

Zeitschrift IT-BUSINESS: Der regelmäßige Bezug ist fester Bestandteil des IT-BUSINESS Abonnements. Preise und weitere Informationen unter vertrieb@vogel.de oder dem Leserservice.

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.

Verbreitete Auflage (IT-BUSINESS): 49.684
(davon 25.328 ePaper) Exemplare (IVW Q4/ 2021)



Vogel IT-Medien, Augsburg, ist eine 100prozentige Tochtergesellschaft der **Vogel Communications Group**, Würzburg, einer der führenden deutschen Fachinformationsanbieter mit 100+ Fachzeitschriften, 100+ Webportalen, 100+ Business-Events sowie zahlreichen mobilen Angeboten und internationalen Aktivitäten. Seit 1991 gibt der Verlag 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**, **BigData-Insider**, **Blockchain-Insider**, **CloudComputing-Insider**, **DataCenter-Insider**, **Dev-Insider**, **Healthcare Computing**, **IP-Insider**, **Security-Insider** und **Storage-Insider**.

Nächste Ausgabe

IT-BUSINESS 2 / 2022
erscheint am 7.2.2022

Channel Fokus:
Power & Cooling

Druckunterlagenschluss am
31.1.2021

Anzeigehotline 0821/2177-300

Lesertelefon 0821/2177-194



BILD: LASSEDESIGNEN - STOCK.ADOBE.COM / [M] J RATH

Inserenten

Firma	Seite	Firma	Seite
api Computerhandels GmbH	54	Littlebit Technology AG	11
Club 3D GmbH	51	ONLINE USV-Systeme AG	3, 45
Fujitsu Technology Solutions GmbH	60	Rangee GmbH	21
GSD Remarketing GmbH & Co. KG	15	Sharp NEC Display Solutions Europe GmbH	7
HFH Hamburger Fern-Hochschule	39	Siewert & Kau Computertechnik GmbH	30-31, 52-53, 56-57
Integrated Systems Events	59	Silent Power Electronics GmbH	50, 55
IONOS SE Büro Berlin	2	TAROX AG	49
IT-BUSINESS	25	Vogel IT-Akademie	19, 41
ITZ Informationstechnologie GmbH	5	ZOTAC Technology Ltd	58
KYOCERA Document Solutions Deutschland GmbH	13		

Redaktionell erwähnte Unternehmen

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
4G Systems	42	ELO	22	Palo Alto	9, 35
Acer	36	Engineered Arts	40	Peoplefone	6
ADN	12	Eset	14	Pexip	10
Agari	14	Fairphone	42	Pkware	14
Alliance Technologies	10	G Data	20	Poly	10
Also	8	Getac	34	Proxmox	8
AMD	36	Gigaset	42	Realwear	34
Asus	37	Google	35	RiskRecon	14
Attko	8	Gridscale	46	Samsung	28, 36
Ava	14	Hartl Group	16	SAP	44
Beyond Identity	14	Hdiv	14	Sharp	29
Bitkom	3, 24	HP	12, 39	Shiftphone	42
Bluejeans	10	Huawei	37	Siewert & Kau	27
BMW	40	Hutchison Drei Austria	32	Sony	40
Bosch	40	Igel	12	Sophos	35
Bosch	24	Infinigate	8	Summ-IT	32
Busymouse	16	Infram Micro	9	Tanium	14
CAS	22	Intel	36	Tarox	8
Check Point	6	Invidis	29	Tech Data	28
Colortokens	14	ISG	24	TechConsult	32
ComTeam	6	Kern & Stelly	29	TecNetworks	16
Context	27	Lenovo	36	Telekom	32
Crowdstrike	8	LG	28	TrapX	14
Cyber Monks	14	Lifesize	10	Vertiv	9
Cybereason	9, 35	Littlebit	9	Visual Art	29
D2B	8	Logichub	14	VMware	47
Data Migration	44	Microsoft	10, 16	Verock	34
Dell	38	Mobilcom-Debitel	42	Yealink	10
Deloitte	21	NEC	29	Zimperium	14
DTEN	10	Netzlink	23	Zoom	10
Eco Verband	24	Nuvias	10	Zotac	37
EKM	8	Nvidia	37		

IT-BUSINESS MARKET

Der Einkaufsführer für IT-Reseller und Retailer

SETZT DEIN NOTEBOOK NEUE MAßSTÄBE WIE DU?

Lerne die aktuellen TAROX Lightpad PRO Modelle mit Windows 11 Pro kennen.

Windows 11: Für jeden Nutzenden das richtige Gerät

Windows 11 Pro unterstützt die weltweit größte Auswahl an Unternehmensgeräten und bietet für jeden Mitarbeitenden das richtige Gerät für mehr Zufriedenheit und Bindung.



Die Lightpads 1550 PRO & 1570 PRO bieten ein Rund-Um-Sorglospaket aus beeindruckender Leistung, neuester Konnektivität, langer Akkulaufzeit und Premium-Design.

TAROX Lightpad 1550 PRO

OS Windows 11 Pro
Display 15,6" Touch Screen
Prozessor 11th Gen Intel® Core™ i5-1135G7
Grafik Intel® Iris® Xe Graphics
Storage 512 GB NVMe SSD Gen4
Speicher 8GB DDR4

TAROX Lightpad 1570 PRO

OS Windows 11 Pro
Display 15,6" Touch Screen
Prozessor 11th Gen Intel® Core™ i7-1165G7
Grafik Intel® Iris® Xe Graphics
Storage 1 TB NVMe SSD Gen4
Speicher 16GB DDR4



tarox.de/lightpad-pro



Windows 11 TAROX

LC-POWER™

www.lc-power.com



IPS
HDR 600

40"
Diagonale

144Hz

UWQHD
Auflösung

AMD
FreeSync
Premium

PIP / PBP

LC-M40-UWQHD-144

40" HIGH END GAMING

Erlebe das ultimative Gaming-Feeling mit dem 40" / 101,6 cm-Monitor von LC-Power!

Durch die Ultra WQHD-Bildschirmauflösung von 3440 x 1440 Pixeln liefert der Monitor unglaublich realistische Spielwelten.

Dank des hochwertigen IPS-Panels bietet der Monitor ein besonders großes Farbvolumen, welches auch bei sehr hellen Bildern satte Farben liefert und durch HDR 600 noch verstärkt werden kann.

Weitere Features des Monitors sind u.a. eine Bildschirmaktualisierungsrate von 144 Hz, AMD FreeSync™ Premium für ein super flüssiges Gaming-Erlebnis, Picture-by-Picture (PbP), Picture-in-Picture (PiP), ein höhenverstellbarer Standfuß sowie ein USB-C-PD-Port (90W).

Sehe schärfer dank LC-Power!



LC-Power-Produkte
erhalten Sie bei den
offiziellen Distributoren:

api_π

dexxIT

KOSATEC
COMPUTER

POWERTECH
ELECTRONICS GMBH

Siewert & Kau
Distribution - live

club^{3D}

Superior Quality



Höchste Qualität -
für höchste Ansprüche

CAC-1571:

USB4™ Typ-C Gen3x2

Bidirektionales Kabel 40Gbps

8K60Hz 100W Power Delivery

St./St 0,8m Zertifiziert



CAC-1372
Ultra High Speed HDMI™
Kabel 4K 120Hz mit DSC1.2
HDR 48Gbps St./St. 2 m



CAC-1373
Ultra High Speed HDMI™
Kabel 4K 120Hz mit DSC1.2
HDR 48Gbps St./St. 3 m



VESA 8K60Hz
CAC-2067
DisplayPort™ 1.4
HBR3 Kabel St./St. 1 m



VESA 8K60Hz
CAC-1060
DisplayPort™ 1.4
HBR3 8K Kabel St./St. 3 m

Besuchen Sie die Club 3D Website und finden Sie Kabel, Adapter, Dockingstationen oder Video-Splitter für Ihre Bedürfnisse. Wir bieten eine breite Palette anderer Produkte für Video, Spiele und Daten an.

* Bitte überprüfen Sie die Voraussetzungen Ihrer Produkte und die notwendigen Systemanforderungen! Finden Sie die richtige Lösung für Ihren Bildschirm und andere angeschlossene Produkte. Weitere Informationen zu allen unseren Produkten: unter www.club-3d.com **connect**

Club 3D Produkte erhalten Sie bei den offiziellen Distributoren



Den Wald SEHEN!

Mit Durchblick in die Zukunft, Nachhaltigkeit inklusive:
Clients von Dell Technologies



DELL Technologies
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

Alle in dieser Anzeige enthaltenen Angebote sind, sofern nicht anders angegeben, rein netto und freibleibend. Nur solange der Vorrat reicht. Angegebene Konfigurationen können abweichen.

Weitere Informationen zur Siewert & Kau Computertechnik GmbH finden Sie auf der Website <http://www.siewert-kau.de>.

Informationen zu Produkten werden im Online-Shopsystem unter <http://shop.siewert-kau.de> zur Verfügung gestellt. Es gelten unsere AGBs.

Geschäftsführer: B. Siewert, O. Kau, H. Kau
Amtsgericht Köln HRB Nr. 40720
Ust.-ID-Nr. DE812098823

Dünn und leistungsstärker als je zuvor!

Dell Precision 7560 Mobile Workstation

Die leistungsstärkste mobile 39,6 cm (15")-Workstation von Dell mit KI. Mit den neuesten Intel® Core® Prozessoren, professionellen NVIDIA®-Grafikkarten und Dell Optimizer for Precision.



- Intel® Core™ i9-11950H der 11. Generation (24 MB Cache, bis zu 4,90 GHz)
- Windows 10 Pro (umfasst eine Lizenz für Windows 11 Pro)
- 15,6"-FHD-Display, 1.920 x 1.080, 60 Hz, reflexionsarm, ohne Touchfunktion, 100 % DCIP3, 500 cd/m², Kamera/Mikrofon, WWAN-/WLAN-fähig
- 16 GB, 2 x 8 GB, DDR4, 3.200 MHz, Non-ECC, SODIMM
- 512-GB-M.2-2280-PCIe-x4-NVMe-Solid-State-Laufwerk der 3. Generation
- NVIDIA® RTX A2000 Grafikkarte
- Intel® Wi-Fi 6E AX210 Wireless-Karte mit Bluetooth 5.2
- 3 Jahre ProSupport



S&K Artikelnr.: 187698
Hersteller-Nr.: DG0HV

Das neue RISE Incentiveprogramm für Authorized Dell Technologies Partner

Das neue RISE-Programm bietet Ihnen eine großartige Möglichkeit, sich für alle Käufe von Stock & Sell-Produkten bei Dell Technologies, die Sie über Siewert & Kau tätigen, tolle Prämien zu sichern. Je mehr Sie kaufen, desto mehr Prämien verdienen Sie, mit denen Sie bei zukünftigen Käufen tolle Rabatte erhalten.

In der Stufen-Struktur von RISE können Sie Quartal für Quartal aufsteigen und sich höhere Prämien und damit größere Einsparungen sichern.



Headquarters

Tel.: +49 (0) 2271 763 0

Vertrieb Berlin

Tel.: +49 (0) 30 346 55 45 00

Vertrieb Braunschweig

Tel.: +49 (0) 531 390 27 0

Vertrieb Butzbach

Tel.: +49 (0) 6033 92492 0

Vertrieb Halle (Saale)

Tel.: +49 (0) 2941 298 780 0

Vertrieb Hamburg

Tel.: +49 (0) 2271 763 100

Vertrieb München

Tel.: +49 (0) 89 930 8389 10

Vertrieb Paderborn

Tel.: +49 (0) 5251 8728 0

Vertrieb Soest

Tel.: +49 (0) 2921 36908 00

Siewert & Kau

Distribution – live

www.siewert-kau.de



Torrent

All airflow, no compromise.

www.api.de · Sales-Hotline: 0241-9170-5000
api Computerhandels GmbH · Robert-Koch-Straße 7-17 · 52499 Baesweiler · info@api.de

Aachen: 0241-9170-5101 · Bamberg: 0241-9170-6581 · Braunschweig: 0531-86669-500
Frechen: 0241-9170-5501 · Marl: 02365-50902-0 · München: 089-3565830-21
Neuwied: 02631-97845-12 · Nürnberg: 0911-252274-0 · Paderborn: 05251-8927858
Pohlheim: 06404-6975-600 · Simmerath: 0241-9170-6852

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

api π



LC-M49-DQHD-120-C-Q



Sehe GIGANTISCH dank LC-Power!

Erlebe das ultimative Gaming-Feeling mit unseren neuen 49"/124,46 cm-Monitoren!
 Tauche förmlich ein in eine faszinierende Gaming- & Entertainment-Welt aufgrund einer Krümmung von 1800R
 sowie einem 32:9-UltraWide-Breitbild.

Durch die hochwertigen QLED-VA-Panels bieten die Monitore ein besonders großes Farbvolumen
 sowie tiefe Schwarztöne dank einem Kontrastverhältnis von 3000:1.

Weitere Features unserer Monitore sind u.a. eine sehr hohe Bildschirmaktualisierungsrate für eine flüssige Darstellung,
 Adaptive Sync für einen reibungslosen Spieleablauf, Picture-by-Picture (PbP) sowie Picture-in-Picture (PiP).



LC-M49-DFHD-144-C-Q

Keine Bauklötze staunen!

Mit Durchblick in die Zukunft, Competence inklusive:

Dell EMC PowerEdge Server



Windows Server 2022
Be cloud ready with hybrid

DELLTechnologies
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

Alle in dieser Anzeige enthaltenen Angebote sind, sofern nicht anders angegeben, rein netto und freibleibend. Nur solange der Vorrat reicht. Angegebene Konfigurationen können abweichen.

Weitere Informationen zur Siewert & Kau Computertechnik GmbH finden Sie auf der Website <http://www.siewert-kau.de>.

Informationen zu Produkten werden im Online-Shopsystem unter <http://shop.siewert-kau.de> zur Verfügung gestellt. Es gelten unsere AGBs.

Geschäftsführer: B. Siewert, O. Kau, H. Kau
Amtsgericht Köln HRB Nr. 40720
Ust.-ID-Nr. DE812098823

Leistungsstark, vielseitig und skalierbar

Dell EMC PowerEdge T640 Tower-Server

Dank der Leistungsfähigkeit eines Servers mit zwei Sockeln und großer interner Speicherkapazität können Sie Ihr System skalieren, wenn die Rechenlasten wachsen.

- Intel® Xeon® Silver Prozessor 4210R (13,75 MB Cache, 2,40 GHz)
- 480 GB SSD SATA 2,5" Hot-Plug
- 16GB DDR4-2400 ECC
- iDRAC9 Enterprise
- Dell PERC H750
- Dual-Port 1GbE On-Board LOM
- 750 W Netzteil (Hot-Plug)
- 3Y Basic Onsite



Siewert & Kau Artikelnr.: 188591
Hersteller-Nr.: V608H

Das neue RISE Incentiveprogramm für Authorized Dell Technologies Partner

Das neue RISE-Programm bietet Ihnen eine großartige Möglichkeit, sich für alle Käufe von Stock & Sell-Produkten bei Dell Technologies, die Sie über Siewert & Kau tätigen, tolle Prämien zu sichern. Je mehr Sie kaufen, desto mehr Prämien verdienen Sie, mit denen Sie bei zukünftigen Käufen tolle Rabatte erhalten.

In der Stufen-Struktur von RISE können Sie Quartal für Quartal aufsteigen und sich höhere Prämien und damit größere Einsparungen sichern.



Headquarters

Tel.: +49 (0) 2271 763 0

Vertrieb Berlin

Tel.: +49 (0) 30 346 55 45 00

Vertrieb Braunschweig

Tel.: +49 (0) 531 390 27 0

Vertrieb Butzbach

Tel.: +49 (0) 6033 92492 0

Vertrieb Halle (Saale)

Tel.: +49 (0) 2941 298 780 0

Vertrieb Hamburg

Tel.: +49 (0) 2271 763 100

Vertrieb München

Tel.: +49 (0) 89 930 8389 10

Vertrieb Paderborn

Tel.: +49 (0) 5251 8728 0

Vertrieb Soest

Tel.: +49 (0) 2921 36908 00

Siewert & Kau

Distribution – live

www.siewert-kau.de



JETZT NEU

NEUE GENERATION.

ENTDECKE DIE BRANDNEUEN ZBOX MINI PC-BAREBONES MIT INTEL® PROZESSOREN DER 11. GENERATION

Windows 11 READY

C
SERIES

ZBOX CI625 NANO	ZBOX CI645 NANO	ZBOX CI665 NANO
INTEL CORE I3-1115G4	INTEL CORE I5-1135G7	INTEL CORE I7-1165G7
INTEL UHD GRAFIK	INTEL IRIS XE GRAFIK	INTEL IRIS XE GRAFIK

- PASSIV COOLED
- 4K ULTRA 4K
- USB 3.1
- DUAL LAN
- DUAL STORAGE
- COMPACT

M
SERIES

ZBOX MI626 EDGE	ZBOX MI646 EDGE
INTEL CORE I3-1115G4	INTEL CORE I5-1135G7
INTEL UHD GRAFIK	INTEL IRIS XE GRAFIK

- SUPER SLIM
- 4K ULTRA 4K
- DUAL LAN
- HIGHSPEED CONNECTIVITY

SUPER FLACH

PASSIVE KÜHLUNG



Barcelona is the New Home of Pro AV.

ISE is the world's leading show for professional audiovisual integration. Discover the latest AV solutions that deliver unforgettable experiences.

**ISE 2022
Postponed.**

New Dates:
**10-13 May
2022**

**Fira de Barcelona | Gran Vía
1-4 February 2022**

A joint venture partnership of



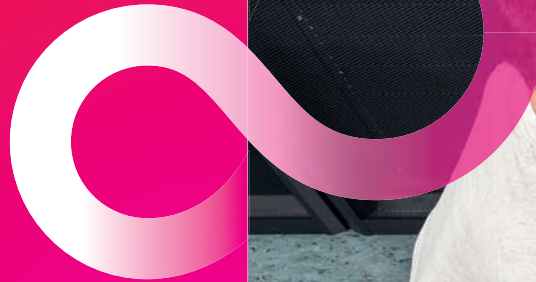
Discover more
iseurope.org





Azure Stack HCI

Die Show zur Lösung.



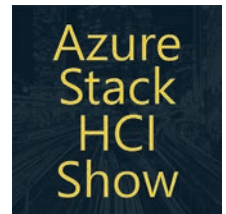
Rechenzentren nahtlos mit der Cloud verbinden

PRIMEFLEX for Microsoft Azure Stack HCI ist der schnellste und einfachste Weg, ein Rechenzentrum mit Kapazitäten aus der Cloud zu erweitern. Die Lösung stellt Ihnen eine hyperkonvergente Infrastruktur zur Verfügung, mit der Sie On-Premise Umgebungen um Cloud-basierte Services wie Backup, Monitoring, Zugriffssteuerung und Sicherheitsfeatures ergänzen können. Die Microsoft-zertifizierten Serverknoten basieren auf den leistungsstarken und energieeffizienten Fujitsu PRIMERGY Standard x86-Servern in Kombination mit Beratungs-, Installations- und Support-Services. Für eine einfache Bereitstellung und einen sicheren Betrieb bei Ihren Kunden sorgen optionale Fujitsu Dienstleitungen. Als Fujitsu Partner können Sie sich auf eine persönliche und kompetente Unterstützung verlassen.

www.fujitsu.com/de/channel-ashci/

Die Azure Stack HCI Show: Wissen schadet nicht!

Um sich über die vielen Möglichkeiten der HCI-Lösung von Microsoft ausführlich zu informieren, empfehlen wir Ihnen die „Azure Stack HCI Show“ von Manfred Helber und Sven Langenfeld. In dieser Show, die wir als offizieller Premium Sponsor nachdrücklich unterstützen, präsentieren Ihnen die beiden ausgewiesenen Experten auf ihren YouTube-Channels alle 14 Tage eine Stunde eine Fülle wissenswerter Insights rund um Microsofts HCI-Lösung und flankierende Produkte wie Windows Server, Azure Arc oder Azure Lighthouse. Anschauen lohnt sich ganz sicher! Eben ganz nach dem Motto der Show: Wissen schadet nicht!



www.azure-stack-hci-show.de

© Copyright 2022 Fujitsu Technology Solutions GmbH. Fujitsu, das Fujitsu Logo und Fujitsu Markennamen sind. Marken oder eingetragene Marken von Fujitsu Limited in Japan und anderen Ländern. Andere Firmen-, Produkt- und Servicebezeichnungen können Marken oder eingetragene Marken der jeweiligen Eigentümer sein, deren Benutzung durch Dritte für eigene Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen kann. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Azure. Invent with purpose.