

connect professional

01-02|26

Fsas Technologies
a Fujitsu company



Windows Server 2025:
Modernize and prepare
for the future.

100 %
souverän



*Enthält
Fujitsu

**Aus Fujitsu Technology Solutions GmbH
wird Fsas Technologies.**

Der nächste Schritt in unserer Transformationsreise.
Ultimativer Fokus für unsere Channel-Partner.
Mit voller Konzentration auf unser Lösungsportfolio
in Sachen Datacenter und Infrastruktur.

AWS. Sovereign Cloud und KI-Agenten im Fokus

ISE 2026. Warum Digital Signage zur IT wird

Security. Endpunkt-Sicherheit auf Enterprise-Niveau

Vergleichstest. Diese Webhoster überzeugen



connect professional

01-02|26

CHANNEL UNTER DRUCK

Wie KI den Speichermarkt leersaugt

AWS. Sovereign Cloud und KI-Agenten im Fokus

ISE 2026. Warum Digital Signage zur IT wird

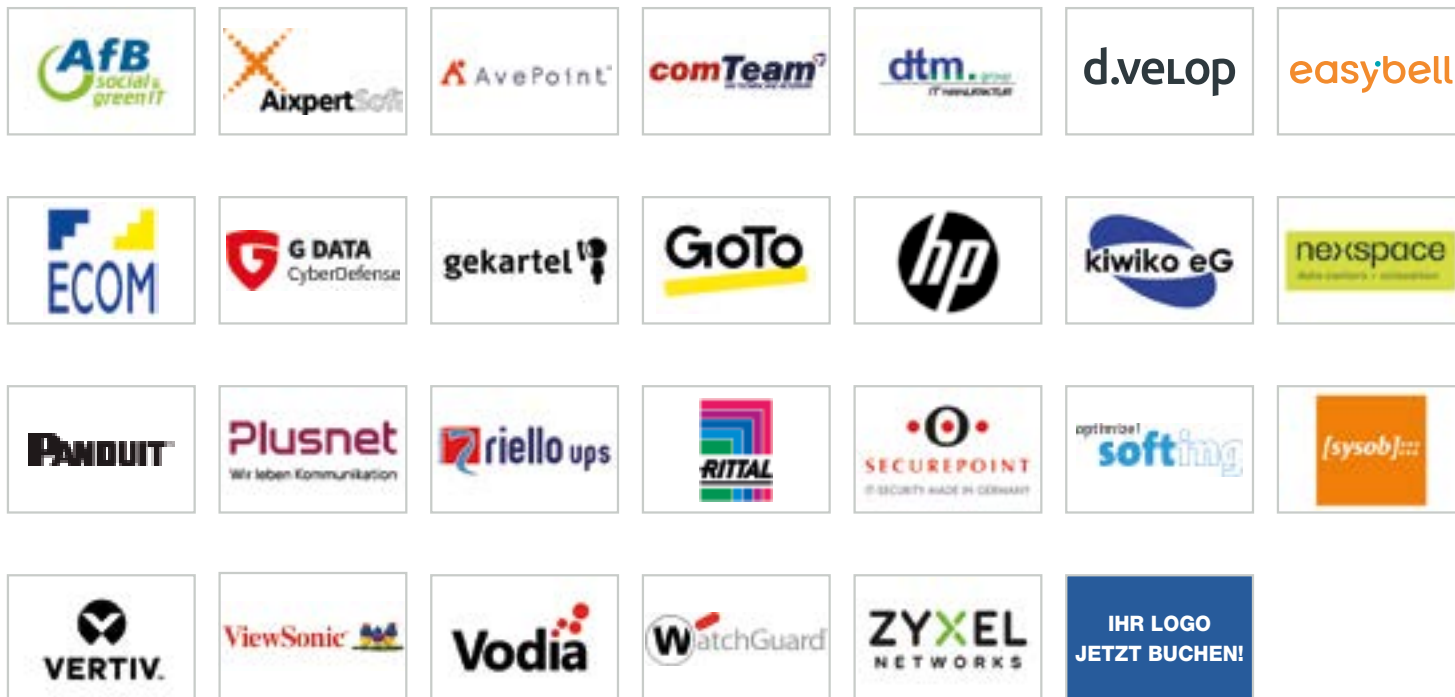
Security. Endpunkt-Sicherheit auf Enterprise-Niveau

Vergleichstest. Diese Webhoster überzeugen





Unsere Premiumanbieter



Kontakt: itk-sales@fivemonkeys.group, Telefon +49 (0)152 3774 9094
<https://www.connect-professional.de/anbieterkompass/>



DIANA KÜNSTLER,

Stv. Chefredakteurin connect professional
diana.kuenstler@fivemonkeys.group

Zwischen alten Fragen und neuen Denkweisen

► 2026 beginnt für Unternehmen mit einem Gefühl, das viele gut kennen: Die digitale Transformation ist kein Projekt mehr, sondern Dauerzustand. Wer heute wettbewerbsfähig bleiben will, muss nicht nur schneller, sondern auch bewusster entscheiden. Effizienz, Sicherheit, Resilienz – und zunehmend auch digitale Souveränität – stehen ganz oben auf der Agenda.

In dieser ersten Ausgabe des Jahres werfen wir deshalb einen genauen Blick auf die Grundlagen, auf denen digitale Geschäftsmodelle heute ruhen. Unser großer Webhosting-Vergleich (S. 38) zeigt, wie unterschiedlich Anbieter inzwischen auf Themen wie Performance, Datenschutz und Skalierbarkeit reagieren – und wie wichtig es ist, die eigene Infrastruktur nicht dem Zufall zu überlassen.

Dass Digitalisierung weit über IT-Abteilungen hinausgeht, wurde auch beim Webinar-Thementag „Digitalisierung in der Industrie“ deutlich. Der Nachbericht (S. 45) macht klar: Automatisierung, Datenintegration und KI sind längst im Shopfloor angekommen – die eigentliche Herausforderung liegt jedoch im Zusammenspiel von Technik, Organisation und Menschen. Passend dazu wirft bereits der nächste Termin seine Schatten voraus: Am 25. März dreht sich alles um das Thema „Digitale Souveränität“. Wer schon jetzt Interesse am Webinar hat, kann sich vorab unter bit.ly/4t5Wztk anmelden.

Ein weiteres Thema, das 2026 an Brisanz gewinnen dürfte, ist die Speicherkrise (S. 26): Explodierende Datenmengen, steigende Kosten und neue regulatorische Anforderungen zwingen Unternehmen dazu, ihre Storage-Strategien zu überdenken – weg von kurzfristigen Lösungen, hin zu nachhaltigen Konzepten.

Und natürlich blicken wir zurück auf die ISE (S. 50), die erneut gezeigt hat, wie rasant sich ProAV-, Netzwerk- und Collaboration-Technologien weiterentwickeln. Viele der dort vorgestellten Neuheiten sind mehr als technische Spielereien; sie sind Vorboten neuer Arbeits- und Kommunikationsformen.

Diese Ausgabe soll nicht nur informieren, sondern zum Nachdenken anregen: Welche digitalen Abhängigkeiten wollen wir eingehen? Welche Kompetenzen müssen wir aufbauen? Und wie viel Kontrolle brauchen – und wollen – wir über unsere eigenen Daten und Systeme? Das Jahr ist noch jung. Nutzen wir es, die richtigen Fragen zu stellen.

Ihre

Inhalt

Titel: Bildquellen v.o.l.n.r.: Bild: VectorManZone und Sunshine Seeds – shutterstock.com, AWS, Samsung Electronics, fizkes – shutterstock.com und Thomas Joos / connect professional, MR SOCCER – shutterstock.com

UNTERNEHMEN

- 08 | HPE auf dem Weg zum globalen Netzwerk-Riesen
- 10 | Nutanix setzt auf Channel-Power
- 12 | Swissbit stärkt globales Security-Geschäft
- 16 | „CxO Club“ von Fsas: KI und Quantum Computing
- 19 | Nexware will „Channel First Company“ werden
- 20 | AWS re:Invent 2025 in Las Vegas

MODERN WORKPLACE

- 22 | Creative Chat Wireless im Test

CHANNEL & DISTRIBUTION

- 26 | Speichermarkt am Wendepunkt
- 30 | Die aktuelle Leserwahl „distributors of the year“
- 34 | Distributionsverträge: Westcon-Comstor, Comline
- 36 | Cisco-Studie: So bereit ist der Channel für KI



Bild: Nutanix

10

Thomas Herrguth,
Nutanix



Bild: Swissbit

12

Hendrik Flierman,
Swissbit

08

Gerry Steinberger sieht neue
Networking-Chancen für HPE-Partner



Bild: HPE

Das sind die Top 10 Einkaufsquellen
im Channel (nach Stimmen)



30

So tickt der
Distributionsmarkt

Grafiken: connect professional, Aufmacher: Aun Photographer – shutterstock.com

45

Wie Digitalisierung Produktion,
Plattformen und Netze transformiert



Bild: Andrey Popov – shutterstock.com

22

Günstig und gut:
Headset Creative
Chat Wireless



Bild: Creative

KAISERS KOLUMNE

- 15 | Vertrieb neu denken: „To sell is human.“

PRODUKTE & SERVICES

- 38 | Business-Webhosting im Test

ITK-KÖPFE

- 44 | Personal-News bei Deutsche Telekom, Herweck, Acer, Infinigate und Indevs

DIGITALISIERUNG

- 45 | Webinar-Rückblick Digitalisierung in der Industrie
- 48 | Multi-Cloud-Plattform gd.Cloud-Broker
- 50 | Samsung Insights zur ISE 2026

SECURITY

- 52 | G Data CyberDefense setzt auf Datensouveränität
- 54 | Bitdefender GravityZone Business Security im Test

MÄRKTE & PROGNOSEN

- 57 | Hyperscaler im Ausgabenrausch

STANDARDS

- 03 | Editorial
- 06 | Schnappschuss
- 64 | Impressum / Kontakt / Vorschau
- 65 | Inserenten / Digitalangebot

Wenn selbst Roboter noch stolpern dürfen

Hightech kann viel, aber offenbar noch nicht alles. Beim öffentlichen Auftritt von XPengs humanoidem Roboter „IRON“ zeigte sich, dass selbst modernste KI gelegentlich aus dem Takt gerät.

Autorin: Diana Künstler



Bild: XPeng

He Xiaopeng, Chairman und CEO von XPeng, beim AI Day „Emergence“ im November 2025 in Guangzhou mit dem Next-Gen-Roboter Iron. Der viel zitierte Stolpermoment folgte erst Monate später – offizielles Bildmaterial liegt allerdings nicht vor.

sensation verlor der Roboter beim Winken das Gleichgewicht und fiel nach vorn auf die Bühne. Besucher hielten die Szene auf Video fest; die Clips verbreiteten sich rasant in sozialen Netzwerken.

XPeng-CEO He Xiaopeng reagierte gelassen und kommentierte den Vorfall sinngemäß als Teil des Lernprozesses: Wie ein Kind, das laufen lernt, müsse auch ein humanoider Roboter erst Erfahrungen sammeln. Offizielles Bildmaterial des Sturzes veröffentlichte der Hersteller selbst nicht, wohl aber weiterhin Bilder und Videos von Iron in kontrollierten Demonstrationen.

Der Zwischenfall sorgt für Schmunzeln, macht aber zugleich deutlich, wie komplex die Entwicklung humanoider Robotik ist. Fortschritte in KI, Sensorik und Mechanik sind enorm – doch bis zur perfekten Mensch-Maschine-Choreografie ist es offenbar noch ein weiter Weg. Oder anders gesagt: Auch der Fortschritt darf noch stolpern.

► Beim ersten öffentlichen Showcase des humanoiden Roboters Iron des chinesischen E-Auto-Herstellers XPeng kam es Anfang Februar in Shenzhen zu einem unerwartet menschlichen Moment: Während der Prä-



TERMINE

CCW

► Die CCW ist Europas führende Kongressmesse für innovativen Kundendialog. Sie bringt Entscheider, Technologieanbieter und Vordenker aus Contact Center, CX, KI und Automatisierung zusammen. Im Fokus stehen praxisnahe Lösungen für exzellenten Kundenservice, effiziente Prozesse und zukunftsfähige Kommunikationsstrategien. Fachvorträge, Best Practices und Networking machen die CCW zum zentralen Treffpunkt der Branche.

<https://www.ccw.eu>

- Kongressmesse für Customer Contact & CX
- Estrel Congress & Messe Center, Berlin
- 23. – 26. Februar 2026

EuroCIS 2026

► EuroCIS – Trade Fair for Retail Technology ist eine führende Messe für Retail-Technologien mit Fokus auf digitale Systeme, POS-Software, Analytics, Payment, IoT, Vernetzung und Infrastruktur für den Handel und verknüpfte IT-Lösungen. Teilnehmer sind Technologieanbieter, Integratoren und Entscheidungsträger aus Handel und IT-Bereich. Bühne frei für Einblicke in topaktuelle Technologien und Networking mit führenden Köpfen.

<https://www.eurocis.com/>

- Fachmesse für Retail-Technologie & IT-Lösungen
- Messe Düsseldorf, Deutschland
- 22. – 26. Februar 2026

MWC

► Der Mobile World Congress ist die weltweit führende Messe & Konferenz der Mobilfunk- und Tech-Industrie. In Barcelona präsentieren Hersteller, Netzbetreiber und Innovatoren die neuesten Trends rund um Mobilfunk, 5G/6G, IoT, KI, Cloud Services und vernetzte Lösungen. Neben Produkt-Launches und Keynotes steht der Austausch zu digitalen Ökosystemen, Netzwerktechnologien und Zukunftsplattformen im Fokus.

<https://www.mwcbarcelona.com/>

- Leitmesse für Mobilfunk & vernetzte Technologien
- Fira de Barcelona Gran Via, Barcelona (Spanien)
- 2. – 5. März 2026

Die neue Relevanz des Gesprächs

Warum Telefonie zum strategischen Wachstumsfaktor wird



► In der internen Zusammenarbeit vieler Unternehmen spielt Telefonie längst nicht mehr die Hauptrolle. Chats, Kollaborationsplattformen und Video-Meetings dominieren den Arbeitsalltag. Doch im Kontakt mit Kundinnen und Kunden bleibt das direkte Gespräch unverzichtbar. Überall dort, wo Anliegen schnell geklärt, Entscheidungen getroffen oder Vertrauen aufgebaut werden müssen, ist die Stimme der schnellste und eindeutigste Kanal.

Gleichzeitig verändern sich Kommunikationswege rasant. Kund:innen wechseln nahtlos zwischen Anruf, Chat, E-Mail und Self-Service. Auch KI-Agenten übernehmen zunehmend einfache Aufgaben – aber sie tun das kanalübergreifend. Damit wächst Telefonie nicht isoliert, sondern wird Teil eines verbundenen Kommunikationsökosystems, das Mitarbeitende und automatisierte Systeme gemeinsam bespielen.

Für Unternehmen entsteht daraus eine klare Anforderung: Telefonie muss so flexibel, skalierbar und kalkulierbar funktionieren wie jeder moderne Cloud-Service.

Vom Nebenbei-Kanal zur geschäftskritischen Infrastruktur

Telefonie hat sich vom konsumierten Minutenprodukt zu einem zentralen Bestandteil professioneller Erreichbarkeit entwickelt. Nicht mehr das Gesprächsvolumen zählt, sondern Zuverlässigkeit, Qualität und einfache Administrierbarkeit. Wer Kundenkontakt ernst nimmt, braucht eine Lösung, die jederzeit stabil läuft und ohne technisches Spezialwissen gesteuert werden kann.

Diese Erwartungshaltung orientiert sich an modernen „as a Service“-Modellen:

- **klare monatliche Preise** statt unvorhersehbarer Verbrauchskosten
- **sofortige Bereitstellung** statt Installationsaufwand
- **einfache Skalierbarkeit**, wenn Teams wachsen oder Arbeitsmodelle sich ändern
- **Integration in bestehende Workflows** statt paralleler Insellösungen

Unternehmen wollen heute die gleiche Erfahrung, die sie aus anderen Cloud-Diensten kennen – auch für ihre Telefonie.

Easybells Antwort: Telefonie, die sich wie ein Cloud-Service anfühlt

Easybell hat seine Cloud Telefonanlage genau nach diesen Prinzipien entwickelt. Die Varianten **Basic**, **Classic** und **Pro** bieten unterschiedliche Funktionspakete, folgen aber einem gemeinsamen Anspruch: Kommunikation modern, schlank und selbst steuerbar zu machen.

Die Einrichtung gelingt in Minuten. Rufnummern, Weiterleitungen, Ansagen und Erreichbarkeitsregeln lassen sich jederzeit über eine intuitive Oberfläche anpassen – ohne Wartezeiten und ohne Eingriffe durch externe Techniker. Unternehmen behalten die volle Kontrolle über ihre Erreichbarkeit, auch wenn sich Strukturen kurzfristig ändern.

Kommunikation steuern statt nur telefonieren

Moderne Cloud-Telefonie ist weit mehr als ein Ersatz für die alte TK-Anlage. Easybell macht Anrufwege transparent und gestaltbar.

Mit dem **Call-Flow Creator** lassen sich Routings, Öffnungszeiten, Skill-basierte Verteilungen oder IVR-Menüs flexibel per Drag-and-drop konfigurieren. Monitoring- und Reporting-Tools ermöglichen es, Erreichbarkeit zu messen, Auslastung zu erkennen und Prozesse kontinuierlich zu optimieren.

Damit wird aus klassischer Telefonie ein steuerbares Informationssystem, das sich nahtlos in moderne Kommunikations- und KI-Infrastrukturen integrieren lässt.

Verlässlichkeit als Kernversprechen

Gerade weil Telefonie im Kundenkontakt ein kritischer Moment der Wahrheit ist, braucht sie maximale Stabilität. Easybell setzt dafür auf eine robuste Cloud-Infrastruktur, DSGVO-konforme Datenverarbeitung in Deutschland und transparente Leistungsversprechen. Als Teil der Destiny-Gruppe verbindet Easybell internationale technische Kompetenz mit der Nähe und Serviceorientierung eines deutschen Mittelständlers.

„Unternehmen erwarten heute mehr als nur eine Telefonanlage. Sie wollen eine Plattform, die sofort einsatzbereit ist, zuverlässig läuft und mit ihnen wächst“, sagt Steffen Hensche, Geschäftsführer von Easybell. „Genau dafür bieten wir eine Lösung, die flexibel, verständlich und fair kalkulierbar ist.“

Fazit: Telefonie schrumpft – und wird wichtiger denn je

Auch wenn interne Kommunikation digitaler und textbasierter wird: Für Kunden bleibt das persönliche Gespräch ein entscheidender Faktor. Unternehmen, die Telefonie als modernen Cloud-Service verstehen, gewinnen Planungssicherheit, Effizienz und bessere Kundenerlebnisse.

Easybell liefert dafür die passenden Produkte – einfach, skalierbar und zuverlässig. Mehr unter www.easybell.de/ucaas

HPE auf dem Weg zum globalen Netzwerk-Riesen

Auf seiner Kundenkonferenz HPE Discover hat HPE Ende 2025 eine Vielzahl neuer Produkte sowie Erweiterungen für GreenLake, OpsRamp und Morpheus vorgestellt. Im Mittelpunkt stand jedoch die Integration von Juniper, durch die der Hersteller im Netzwerkmarkt zum größten Konkurrenten von Cisco aufsteigen will.

Autorin: Michaela Wurm



HPE-Chef Antonio Neri begrüßt dieses Jahr rund 800 deutsche Besucher auf der europäischen Kunden- und Partnerkonferenz Discover 2025 in Barcelona.

► Fünf Monate nach der Übernahme von Juniper Networks hat HPE Ende des vergangenen Jahres auf seiner Kunden- und Partnerkonferenz Discover in Barcelona zahlreiche Integrationen und Neuheiten vorgestellt, die das KI-native Netzwerkmanagement, die Leistung von KI-Infrastrukturen und das Management hybrider IT-Umgebungen verbessern sollen.

Das Interesse der deutschen Partner und deren Kunden sei dieses Jahr so hoch gewesen wie nie, betonte Gerry Steinberger, Leiter Channel und Partner-Ökosystem Deutschland bei HPE, im Gespräch mit connect professional. Allein 800 deutsche Teilnehmer waren in Barcelona dabei, davon waren 500 Partner und deren Kunden.

Der neue Fokus auf Networking war dabei sicher ein großer Anreiz für die Partner. „Networking ist unsere Top Story“, bestätigt auch Steinberger. HPE sei jetzt schon im Prinzip eine Networking Company und auf dem Weg, der „Networking Leader“ zu werden.

Die Auswirkungen auf den von ihm verantworteten deutschen Channel seien jetzt schon sichtbar: „Auch wir im deutschen Channel werden sehr stark am Thema Networking gemessen“, so Steinberger.

Neue Networking-Chancen für HPE-Partner

Die Integration von Juniper bietet den HPE-Partnern jede Menge neue Geschäftschancen in diesem Marktsegment. Und neue Chancen braucht es, denn für das deutsche Partner-Business hat Steinberger auch eine lange Liste von Herausforderungen zusammengestellt, denen es sich 2026 zu stellen gilt.

Die Themen seien nicht auf Deutschland beschränkt, viele seien global, wie die sich zuspitzenden Speicherkrise, von der HPE auch betroffen sei, wie Steinberger berichtet. „Wir kommunizieren das aber auch offen an unsere Partner und versuchen, pragmatische Lösungen zu finden.“ Als Beispiel nennt der Manager, dass Projektangebote jetzt 30 Tage gültig blieben.

Dass die Engpässe nicht in einigen Wochen oder Monaten behoben sein dürften, hatte auch HPE-Chef Antonio Neri auf der Discover klargestellt. Der CEO verlich in einem Fireside Chat die Auswirkungen sogar mit denen der Covid-Zeit. Er gehe davon aus, dass die Verknappung noch das ganze Jahr 2026 hindurch anhalten werde, so Neri: „Was die Komponenten angeht, sieht es ein wenig so aus wie zu Beginn der Covid-Pandemie: Es geht vor allem um die Zuteilung der Lieferungen, was zu Kostensteigerungen führt. Übrigens haben wir bereits im November Preiserhöhungen vorgenommen. Das ist also bereits umgesetzt.“ Der CEO versicherte den HPE-Partnern zudem: „Wir verfügen über sehr starke Kapazitäten in unserer Lieferkette, um die Zuteilung der benötigten Komponenten sicherzustellen; und wir sind diszipliniert darin, die Kosten über unsere Preisgestaltung weiterzugeben, was wir, wie gesagt, bereits im November getan haben.“

Ganz besonders den deutschen Markt treffen jedoch noch weitere Herausforderungen wie die anhaltende Inflation und knappe IT-Budgets sowie der Fachkräftemangel speziell in Feldern wie AI, Cloud, Edge und Security. Als wichtige Themen für das kommende Jahr nennt Steinberger die Multi-Cloud-Komplexität, auch



im Hinblick auf digitale Souveränität (Stichwort Repatriation), Nachhaltigkeit, zunehmende Cybersicherheitsbedrohungen, sowie für den Channel das „superwichtige“ Thema Zertifizierungen, bei denen HPE seine Partner begleiten wolle.

Mehr Partner, neue Geschäftsfelder

Juniper mit seinem Netzwerk-Portfolio aber auch seinen spezialisierten Partnern bietet auch für HPEs Partner-Ökosystem neue Chancen. Die Themen seien im Partnerprogramm bereits integriert, ebenso die Networking Teams, so Steinberger.

Rund 200 deutsche Partner bekommt der deutsche Channel durch Juniper jetzt dazu. Das gemeinsame Partnerprogramm „Partner Ready Vantage“ ist – wie angekündigt – zum Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. November 2025 schon gestartet. In ihm hat der Hersteller alle seiner insgesamt elf Channel-Programme zusammengeführt (connect professional berichtete). „HPE Partner Ready Vantage“ soll allen HPE-Partnern ein einheitliches Vergütungsmodell, einheitliche Regeln und Verfahren bieten.

Die Partner haben jetzt die Möglichkeit, in jeder der drei Säulen – Networking, Compute und (Hybrid) Cloud – mit Erreichen des Mindestumsatzes eine der Edelmetallstufen Platinium, Gold oder Silber zu erreichen. Business-Partner starten ab 90.000 Dollar Umsatz.

Neu ist seit der Discover in Las Vegas 2025 auch die Möglichkeit „Triple Platinum+“ zu erreichen, also in allen drei Säulen den Platinum-Status (connect professional berichtete).

In Deutschland haben das laut Steinberger bereits vier Partner geschafft (Bechtle, Cancom, ACP und SVA), vier weitere Kandidaten stehen kurz davor.

Auch unter den Juniper-Partnern seien einige, die im Netzwerkgeschäft die Thresholds und damit Platinum-Status erreichen können. Steinberger sieht gute Chancen, sie für zusätzliches Geschäft auch in einer der beiden anderen Bereiche zu gewinnen.

Juniper beschert Netzwerksparte Umsatzplus

Das Ende Oktober 2025 abgeschlossene 4. Quartal verlief für HPE äußerst zufriedenstellend, wie Steinberger

betont. Mit einem Gesamtumsatz von 9,68 Milliarden Dollar sei das eine sehr starkes Quartal gewesen. Der HPE-Konzern habe noch nie mehr erwirtschaftet, „Wir hatten noch nie zehn Milliarden Euro“, so Steinberger. Der enorme Umsatzzuwachs von 150 Prozent in der Netzwerksparte gehe natürlich auf das Konto des in diesem Jahr übernommenen Netzwerk-Riesen Juniper, dessen Umsätze hier bereits eingerechnet sind.

Mit einem Gesamtumsatz von 2,8 Milliarden Umsatz liegt die Netzwerksparte allerdings noch deutlich hinter der Compute-Sparte, die 4,4 Milliarden Dollar erlöste. Und das wäre noch mehr gewesen, wie Steinberger betont, wenn ein großes HPC-Projekt noch rechtzeitig im Quartal gekommen wäre. Aber auch so sei HPE mit seinem Kerngeschäft mit Servern mehr als zufrieden. Das transaktionale Standardgeschäft mit (x86)-Servern bleibe wichtig, nicht nur die Services. „Wir bei HPE haben den Anspruch, beides zu bedienen“.

HPE-Netzwerkprodukte sollen Cisco Marktanteile abnehmen

Auch produktseitig war die Integration von Juniper auf der Discover das Thema. Der Bereich heißt bei HPE ab jetzt HPE Networking. Darunter bleiben aber die Marken HPE Aruba Networking und HPE Juniper Networking erhalten. Das gelte durchaus auch für neue Produkte, wie Steinberger betont.

Auf der Discover stellte HPE unter anderem das neue kombinierte Netzwerkportfolio von Aruba und Juniper vor, mit denen der Hersteller sich gegen Marktführer Cisco in Position bringt.

Eine wichtige Neuerung ist die Integration der Management-Plattformen HPE Aruba Networking Central und HPE Juniper Networking Mist. Die neue kombinierte Produktpalette verlagert wichtige KI-Netzwerkfunktionen von Juniper Mist zu HPE Aruba Networking Central, während gleichzeitig die KI-Technologie von HPE Aruba zu Mist wandert. Dabei nutzt HPE eine gemeinsame Architektur für agentische KI und Microservices, um AIOps-Funktionen auf beiden Plattformen verfügbar zu machen. Neue Access Points für WiFi-7 können künftig sowohl mit Aruba Central als auch mit Juniper Mist verwaltet werden.

Gerry Steinberger, Leiter Channel und Partner-Ökosystem Deutschland bei HPE, sieht den neuen Netzwerk-Fokus von HPE als große Chance für die Partner.



Nutanix setzt auf Channel-Power

Nutanix setzt für seine Deutschland-Strategie massiv auf Partner. Mit TD Synnex als Service Provider Aggregator und der Telekom als Mittelstandspartner will der HCI-Spezialist neue Kundengruppen erschließen.

Autor: Dr. Jakob Jung Redaktion: Michaela Wurm

► Auf der „NEXT On Tour“ in Darmstadt hat Nutanix seine neue Channel-Offensive vorgestellt. Herzstück der Strategie: TD Synnex wird Service Provider Aggregator mit verbrauchsabhängigem Abrechnungsmodell, während die Telekom mit einer schlüsselfertigen Hybrid-Cloud-Lösung den Mittelstand adressiert.

Der Channel wird zum Gamechanger

Thomas Herrguth, General Manager DACH, hat seinem Team eine klare Ansage gemacht: „Einzelkämpfer helfen nicht, wir wollen eine starke Gemeinschaft bilden.“ Diese Gemeinschaft besteht künftig vor allem aus starken Channel-Partnern – und zwei davon haben auf dem Event besonders im Rampenlicht gestanden.

Die Neuausrichtung kommt nicht von ungefähr. Seit Anfang des Jahres formt Herrguth das deutsche Team grundlegend um, mit deutlich mehr Sales Engineers und einem massiven Ausbau der Technical Account Manager, die nicht nur die Kunden, sondern auch die Partner mit technischem Wissen unterstützen sollen. Doch die eigentliche Revolution spielt sich im Partner-Ökosystem ab. Mit TD Synnex und der Telekom hat sich Nutanix zwei Partner ins Boot geholt, die unterschiedlicher kaum sein könnten.

TD Synnex: Der MSP-Türöffner

Marc Greber, Senior Business Unit Director Infrastructure bei TD Synnex Germany, bringt es auf den Punkt: „Nutanix hatte vorher keinen Fokus auf MSP. Wir als TD Synnex sehen hier Mehrwert.“ Und dieser Mehrwert

wird jetzt gehoben. Als frisch gekürter Service Provider Aggregator vertreibt TD Synnex ab sofort das Nutanix-Portfolio an Service Provider in Deutschland – und zwar mit einem rein verbrauchsabhängigen Abrechnungsmodell.

Das klingt erstmal nach typischem Distributions-Business, ist aber weitaus strategischer gedacht. TD Synnex fungiert als Aggregator für Managed Ser-

Thomas Herrguth, General Manager DACH von Nutanix, baut das deutsche Team um.



Alle Fotos: Nutanix

vice Provider und schafft damit eine neue Vertriebs-ebene, die Nutanix bisher fehlte. Die Investition ist beachtlich: Zehn Mitarbeiter hat TD Synnex allein in Deutschland für Nutanix abgestellt. Bereits am Eventtag fanden sieben Gespräche mit potenziellen Resellern und MSPs statt.

Greber hebt besonders das „REAL“-Programm hervor: „Unser exklusives, mehrstufiges Entwicklungsprogramm für neue Nutanix-Partner zeigt deutliche Erfolge. Das Programm bietet eine klare Roadmap für die Entwicklung der Partner, und die Resonanz ist durchweg positiv.“ Die TD Synnex Academy liefert dazu ein umfassendes Schulungsprogramm in deutscher Sprache – sowohl für Partner als auch deren Kunden.

Der Clou: Das verbrauchsabhängige Bezahlmodell können Serviceprovider direkt an ihre Kunden weitergeben. „Das kann dazu beitragen, die Kapitalkosten und den Cash-Flow sowohl für SP-Partner als auch deren Kunden zu optimieren“, erklärt Herrguth. In Zeiten, in denen Serviceprovider eine große Nachfrage nach Dienstleistungen rund um KI und digitale Souveränität erfahren, ist das ein überzeugendes Argument.

Greber sieht Nutanix als „ausgezeichnete Alternative zu den großen Playern im Markt“ und will gemeinsam mit den Partnern „den idealen Zeitpunkt für die Transformation zu Consumption-Modellen erkennen und effizient umsetzen.“ Das SPA-Programm, das seit August 2025 das bisherige Partnerprogramm „Nutanix Elevate“ erweitert, soll die wachsende Nachfrage nach Nutanix-Kompetenzen bedienen.

Telekom: Souveränität für den Mittelstand

Während TD Synnex die MSP-Schiene bedient, zielt die Partnerschaft mit der Telekom auf den deutschen Mittelstand. Die vorgestellte schlüsselfertige Hybrid-Cloud-Lösung kombiniert Nutanix-Software, Dell-Hard-

ware und Telekom-Services zu einem Gesamtpaket, das ab Q2 2026 starten soll – mit einer Einstiegslösung zu 69 Euro monatlich.

Andreas Eisenreich, CTO Cloud & Infrastructure Telekom, formuliert die Strategie: „Es passt nicht alles in die Cloud. Wir müssen besser zuhören.“ T-Cloud soll „ähnlich wie eine Fritz!Box im Intranet“ funktionieren – ein Vergleich, der zeigt, wie ernst es die Partner mit der Mittelstandsansprache meinen.

Die technische Basis bildet die Open Telekom Cloud mit Rechenzentren in Magdeburg, den Niederlanden und der Schweiz. Klaus Werner, Geschäftsführer Geschäftskunden Telekom Deutschland, betont: „Der deutsche Mittelstand steht im Spannungsfeld zwischen Kontrolle über seine Daten und der sicheren Nutzung von Cloud-Diensten. Die Angst vor Kontroll- und Datenverlust ist dabei groß.“

Genau hier setzt die Lösung an: Datenspeicherung in Deutschland, EU-DSGVO-Konformität, reduzierter Vendor Lock-in, planbare Kosten, niedrige Latenz und Unterstützung für digitale Souveränität. Für Mittelständler mit datenintensiven und latenzsensitiven Workloads – etwa im GenAI-Bereich – könnte das der entscheidende Unterschied sein.

Die Telekom bringt dabei abgesicherte private Verbindungen zu Kundenstandorten, sicheren Betrieb, Backup-Services und bei Bedarf zusätzliche temporäre Ressourcen wie GPU-Nutzung aus der Open Telekom Cloud mit ein. Eisenreich spricht von einer „hybriden Strategie“ und will mit dem Angebot Räume für „Innovation, Wettbewerbsstärke und Wachstum“ schaffen.

VMware-Exodus als Beschleuniger

Dass Nutanix gerade jetzt so massiv auf den Channel setzt, ist kein Zufall. Die Broadcom-Übernahme von VMware mit massiven Preiserhöhungen hat für Unruhe

Die Nutanix .NEXT On Tour machte Halt in Darmstadt



Channel-Chefin Silvia Niederfahnenhorst richtet das Partner-Ökosystem auch auf Service Provider aus.

im Markt gesorgt – und Nutanix sieht sich als neues Zuhause für wechselwillige Kunden. Christine Hensel, Director Systems Engineering, formuliert es diplomatisch: „Das Broadcom-Konzept deckt sich nicht mit meinem. Wir wollen Kunden eine neue Heimat bieten.“

Silvia Niederfahnenhorst, Channel-Chefin bei Nutanix, hat dafür einen neuen Service Provider Track aufgelegt. Die Sparkasse Finanzgruppe hat bereits einen Zehnjahresvertrag unterschrieben – ein Signal, das im Markt nicht unbemerkt blieb.

Herrguth erklärt die Strategie: „Um doppelte Lizenzbelastungen zu verhindern, bietet Nutanix Kunden die Möglichkeit, den Beginn der eigenen Lizenzkosten flexibel an das Ende des VMware-Vertrags anzupassen.“

Die Channel-Partner profitieren dabei von Deal Registrations für langfristige Kunden. Zwei Cloud Economists im Team führen ROI-Betrachtungen durch und erklären Kunden das Nutanix-Konzept. Die Migration erfolgt gemeinsam mit Partnern – ein klares Bekenntnis zum indirekten Vertrieb.

Fazit: Channel first statt Einzelkämpfer

Nutanix hat verstanden, dass Wachstum in Deutschland nur über starke Partner funktioniert. Die Kombination aus TD Synnex für MSPs und der Telekom für den Mittelstand zeigt, wie durchdacht die Strategie ist. Herrguth verspricht wöchentliche Management-Meetings, bei denen jeder Mitarbeiter eingebunden wird, und Customer Advisory Boards für Partner und Kunden. 2026 soll es eines in Deutschland für 15 bis 20 Kunden geben.

Die nächste weltweite Nutanix-Veranstaltung findet vom 7. bis 9. April in Chicago statt. In Deutschland will Nutanix 2026 auf zahlreichen Messen präsent sein. Mit TD Synnex und der Telekom im Rücken dürfte der Auftritt selbstbewusster ausfallen als je zuvor. ■

Swissbit stärkt globales Security-Geschäft mit neuer Strategie



Swissbit Produktion in Berlin-Marzahn

Swissbit richtet seine Security-Unit neu aus. Mit Hendrik Flierman und einem anstehenden Führungswechsel setzt das Unternehmen auf Hardware-Souveränität, Channel-Ausbau und internationale Märkte – enger verzahnt als je zuvor. connect professional sprach mit dem Sales Director Security Solutions.

Autorin: Diana Künstler

► Als Hendrik Flierman im September seine neue Rolle als Sales Director Solutions bei Swissbit antrat, stand dahinter ein bewusster Schritt: Nach über 20 Jahren bei G Data öffnete sich für ihn die Chance, noch einmal eine neue Perspektive einzunehmen. „Wenn du einen vernünftigen Wechsel machen möchtest, dann ist jetzt die Zeit“, beschreibt er seinen Entscheidungsprozess. Zugleich räumt er ein, dass der Abschied aus einem

Gründer-geführten Unternehmen emotional herausfordernd war: „Es hat ein paar Wochen gedauert, bis man diese Nabelschnur durchgeschnitten hat.“

Swissbit verfolgt parallel eine klare Agenda. Das Unternehmen wurde 2001 als Management-Buy-Out von Siemens Halbleiter in der Schweiz gegründet, kommt historisch aus dem Bereich industrieller Speichermedien und verfügt in Berlin über eine eigene Fab



HENDRIK FLIERMAN,
Sales Director Security Solutions bei Swissbit

„Wir machen aus einem FIDO-Stick ein Schweizer Taschenmesser für Identitäten.“

Swissbit hat sich in den vergangenen 25 Jahren vor allem im Bereich industrieller Speichermedien einen Namen gemacht.

mit hoher Fertigungstiefe. Auf dieser Basis baut Swissbit seine Security-Aktivitäten strategisch aus. Dabei positioniert sich Swissbit in einer Nische, die lange vernachlässigt wurde: der sicheren Schnittstelle zwischen IT- und OT-Welt. In Zeiten strengerer EU-Regulatorik und wachsender geopolitischer Unsicherheit gewinnt genau dieses Segment rasant an Bedeutung.

Zudem unterscheidet sich Swissbit klar vom Wettbewerb: Kaum ein Anbieter kombiniert Fertigung in Deutschland, tiefes Security-Engineering und industrielle Robustheit so konsequent wie Swissbit. Genau diese Kombination ist Grundlage der neuen Security-Strategie – und einer der Gründe, weshalb Flierman den Wechsel als „spannende Herausforderung“ beschreibt.

Breiter aufgestellt: Security als strategische Säule

Was Flierman an Swissbit reizte, ist die Kombination aus Produktion in Deutschland, hoher Fertigungstiefe und einem Security-Portfolio, das weit über klassische Authentifizierungsgeräte hinausgeht. Swissbit sei, so Flierman, kein Massenspeicherhersteller à la Seagate oder Western Digital, sondern entwickle spezialisierte Speichermedien und Hardware-Security-Module für Industrie, IoT und Behörden.

Besonders die Verbindung aus IT- und OT-Security sieht der Sales Director als Stärke: „Diese Welten hängen zusammen – aber sie werden nie richtig verheiratet.“ Mit Produkten wie dem „iShield Key“, einer hardwarebasierten FIDO2-Lösung, will Swissbit genau diese Lücke schließen. Hardware-Tokens seien ein effektiver Hebel gegen Social Engineering und Passwortmissbrauch: „Mit so einem Token kann ich das sofort eliminieren.“

Außerdem bietet der Stick im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern deutlich mehr Anwendungsszenarien. „Wir haben nicht nur die Zwei-Faktor-Authentifizierung. Der iShield Key 2 lässt sich gleichzeitig auch für Access Control nutzen und unterstützt dafür mehrere Protokolle wie MIFARE oder HID Seos – damit kann man ihn für Schließsysteme, Zeiterfassung oder Secure Printing einsetzen.“ Dass Swissbit die Hardware selbst produziert, sorgt zusätzlich für Vertrauen. Viele Partner seien überrascht, „dass es überhaupt eine Firma gibt, die so etwas in Deutschland fertigt“.

Damit adressiert Swissbit nicht nur Corporate-IT, sondern auch Industriekunden, Behörden sowie stark regulierte Branchen. Die Relevanz wächst: NIS2, DORA, der Cyber Resilience Act und BSI-Vorgaben erhöhen den Druck auf Unternehmen, identitätsbezogene Prozesse technisch und regulatorisch abzusichern. Besonders dort, wo OT- und IT-Welten aufeinandertreffen – etwa in Energie, Gesundheit, Produktion oder kritischen Infrastrukturen – wird Hardware zum zentralen Baustein zukünftiger Sicherheitsarchitekturen.

Gleichzeitig rücken neue Märkte ins Blickfeld: Von Polizeidrohnen bis hin zu industriellen Steuerungen kommen bereits Secure-Element-Speicherkarten zum Einsatz. Für die kommenden Jahre nimmt Swissbit verstärkt Military- und Aerospace-Szenarien in den Fokus. Ein Segment, das aufgrund geopolitischer Entwicklungen und strenger Sicherheitsanforderungen erheblich wächst.

Channel weiter gedacht – und global

Der Übergang vom Direktvertrieb zu einem internationalen Channel-Modell ist eine der größten Veränderungen für Flierman. „Es ist schon anders. Bei G Data ►



Der Hardware-Sicherheitsschlüssel „iShield Key 2“ wird zu 100 Prozent bei Swissbit in Berlin produziert.



Einblick in die Elektronikfertigung

„Viele wissen gar nicht, dass wir Security-Hardware wirklich in Deutschland fertigen.“



habe ich direktes Geschäft gemacht, jetzt ist es klassisch Distribution“, sagt er. Swissbit baut dafür ein neues Partnerökosystem auf – inklusive Schulungen, neuer Partnerverträge, technischer Enablement-Formate und einer für den Channel optimierten Webpräsenz.

Flierman bringt dafür ein großes Netzwerk aus seiner bisherigen Tätigkeit mit. Dennoch sei vieles neu: „Es gibt Reseller, die wirklich tief im Identity Management unterwegs sind – das machen nicht alle Systemhäuser.“ Aktuell arbeitet Swissbit im Bereich seiner Authentifizierungslösungen unter anderem mit Allnet, Infinigate und Sysob zusammen. Zudem kooperiert das Unternehmen mit spezialisierten Distributoren für seine Lösungen im Segment Technische Sicherheitseinrichtungen (TSE) zur manipulationssicheren Aufzeichnung von Kassendaten. Rund 200 Channel-Partner will Swissbit im kommenden Jahr gewinnen – ein deutlicher Ausbau gegenüber heute. Auch das interne Team wächst: von heute rund zehn Mitarbeitenden auf geplante 25.

Gleichzeitig passen sich interne Strukturen an. Der Security-Bereich bildet eine eigene Säule, arbeitet aber eng mit der Speicherseite zusammen. „Wir haben zwei Welten, die unterschiedlich funktionieren, aber Synergien bieten. Die Swissbit lässt mir da absolut freie Hand.“

Kulturelle Unterschiede zwischen Deutschland, Asien und USA

Auch eine neue Erkenntnis für Flierman: Die internationale Distributionslandschaft zeigt dabei deutliche kulturelle Unterschiede. „In Deutschland sind wir sehr konservativ und zahlengetrieben“, sagt Flierman. „Die Asiaten rennen gerne mit wehenden Fahnen los, und in den USA ist Marketing entscheidend.“ Entsprechend diffe-

renziert geht Swissbit bei seiner Markterschließung vor: erst DACH festigen, dann Südeuropa, später Middle East und Asien – jeweils mit den passenden Distributionspartnern.

Ein weiterer Schlüssel für Swissbits Sichtbarkeit sind Messen – nicht nur die it-sa, sondern auch die RSAC in San Francisco sowie branchenspezifische Industrie-, Fiskal-, Drohnen- und Hotelgewerbeformate. Für Flierman bedeutet das: „Jede Woche zwei bis drei Tage unterwegs“ – und genau das entspricht seinem Wunsch, wieder internationaler zu arbeiten.

Neue Führung, neue Impulse

Zum Jahreswechsel 2026 übernimmt bei Swissbit Dr. Stefan Hofschen die Rolle des CEO. Der ehemalige Chef der Bundesdruckerei bringt jahrzehntelange Erfahrung aus Halbleiter-, Chipkarten- und Security-Märkten mit. Für Flierman ist das ein wichtiges Signal: „Ich denke schon, dass das neue Impulse bringen wird. Er kennt beide Welten und bringt ein spannendes Netzwerk mit.“ Der bisherige CEO Silvio Muschter wechselt als Group CTO in eine technologisch ausgerichtete Rolle – ein Schritt, der die technologische Weiterentwicklung bündeln soll. Besonders die Security-Sparte dürfte davon profitieren, da Themen wie Post-Quantum-Kryptografie oder die engere Verzahnung von Speicher- und Security-Technologien künftig an Bedeutung gewinnen.

Swissbit setzt damit ein klares Zeichen: Das Unternehmen will nicht nur wachsen, sondern sich über seine Rolle als Spezialist für industrielle Speicherlösungen hinaus als führender europäischer Anbieter für sichere Hardware und Identitätsmanagement etablieren. ■

„Wir haben keinen Vertrieb“ – stimmt nicht. War nie so. Hilft auch nicht.

Vertrieb klingt nach Klinkenputzen und schmieriger Kaltakquise? Einige MSP-Chefs kokettieren deshalb damit, dass es bei ihnen keinen gibt. Unser Kolumnist Olaf Kaiser sieht das anders. Er rät vielmehr dazu, Vertrieb neu zu denken: Vertrieb bedeutet verstehen, zuhören, einordnen, beraten.

Autor: Olaf Kaiser Redaktion: Michaela Wurm

► „Wir haben keinen Vertrieb.“ Einer der Sätze, der in Gesprächen mit Systemhaus-Chefs häufig fällt – und kaum einer ist so bequem. Er klingt nach Bodenständigkeit, nach Technikfokus, nach ehrlicher Arbeit statt schmieriger Kaltakquise. Und doch ist er vor allem eines: falsch. Nicht böse gemeint falsch, sondern gefährlich falsch. Denn wer glaubt, keinen Vertrieb zu haben, verzichtet gedanklich auf etwas, das er längst täglich nutzt – und vielleicht dringend weiterentwickeln müsste.

Schauen wir kurz zurück. Bei vielen MSPs der ersten Stunde gab es tatsächlich keinen Menschen mit dem Titel „Vertrieb“. Aber irgendwer hat Angebote geschrieben, oder? Irgendwer hat Preise verhandelt. Irgendwer hat beim Kunden erklärt, warum genau diese Lösung sinnvoll ist. Spoiler: Häufig war es der Geschäftsführer. Oder der technische Leiter. Oder der Senior-Admin mit Kundenkontakt. Es gab also Vertrieb – nur ohne Visitenkarte mit ebendiesem Titel.

Vielleicht liegt das Problem daher weniger im Tun als im Begriff. Was meinen wir eigentlich, wenn wir von „Vertrieb“ sprechen? Für viele ist das immer noch der Inbegriff des mühsamen Anrufens von Menschen, die gerade keine Lust auf ein Gespräch haben. Klinkenputzen, nachfassen, Abschlusstricks. Autoverkäufer mit Handkettchen. Kein Wunder, dass man sich davon distanziert. Dieses Bild ist allerdings ungefähr so zeitgemäß wie ein Faxgerät im Rechenzentrum.

Verkaufen ist menschlich

Ich mag die deutlich positivere Perspektive von Dan Pink: „To sell is human.“ Verkaufen ist nichts Unnatürliches, nichts Aufgesetztes. Es ist zutiefst menschlich.

Und vor allem ist es nicht auf Produkte und Dienstleistungen beschränkt. Lehrer verkaufen Begeisterung für ein Thema (hoffentlich). Manager verkaufen eine Idee, um ihr Team zu motivieren. Eltern verkaufen ihren Kindern, warum jetzt Schlafenszeit ist – oft ohne nennenswerte Erfolgsquote, aber mit großem Einsatz :). Verkaufen meint, andere von einer für sie neuen Sicht zu überzeugen. Zu ihrem Vorteil.

Genau hier wird es für MSPs spannend. Vertrieb bedeutet nicht überreden. Es gibt keine mysteriöse Vertriebs-DNA – zumindest habe ich den wissenschaftlichen Artikel dazu noch nicht gelesen. Vertrieb bedeutet verstehen, zuhören, einordnen, beraten. Wer die Probleme seines Gegenübers wirklich versteht und eine passende Lösung anbietet, verkauft automatisch. Ganz ohne Abschlusstrick und Provisionsmonolog.

Die Handlungsmöglichkeiten liegen also nicht darin, „jetzt auch mal Vertrieb zu machen“, sondern Vertrieb neu zu denken. Weg vom Schubladendenken, hin zur gemeinsamen Verantwortung. Kundenkontakt ist Vertrieb. Beratung ist Vertrieb. Gutes Quarterly Business Review ist Vertrieb. Und ja: Auch ein sauber erklärtes Angebot ist Vertrieb – egal, wer es schreibt.

Mein Fazit: Vielleicht schaffen wir es mit dieser positiven Haltung, dass sich immer mehr (eigentlich alle, das traue ich mir aber nur in Klammern zu schreiben ☺) bei uns im IT-Unternehmen als Verkäufer sehen. Nicht als Drücker, sondern als Versther. Nicht als Störer, sondern als Problemlöser. Dann brauchen wir den Satz „Wir haben keinen Vertrieb“ auch nicht mehr. Und das wäre in meinen Augen ein echter Fortschritt.

www.connect-professional.de/schwerpunkte/kaisers-kolumne/

Olaf Kaiser

berät CEOs von IT-Unternehmen für profitables Wachstum. Zuvor war er unter anderem Geschäftsführer der iTeam und der Acmeo. In seiner Kolumne setzt er sich mit den Herausforderungen in der Führung von IT-Unternehmen auseinander.



KAISERS KOLUMNE

Fsas Technologies unterstreicht auf dem „CxO Club“ sein Motto „FAIRantwortung“



Bild: Rawpixel.com – shutterstock.com

Beim „CxO Club“ des Fujitsu-Unternehmens, der am 27. November 2025 im Schlosshotel Kronberg stattfand, drehte sich alles um KI und Quantum Computing. Die rund 40 anwesenden Geschäftsführer und Technikchefs diskutierten mit Fsas Technologies-Vertretern und externen Experten, wie sich angesichts technologischer, wirtschaftlicher und strategischer Herausforderungen Ethik, Verantwortung und Resilienz hochhalten lassen.

Autor: Hannes Rügheimer **Redaktion: Diana Künstler**

► „Mit FAIRantwortung in die Quanten-Ära“ – das Wortspiel auf der Agenda transportiert bereits viele der Kernaussagen, die beim halbtägigen „CxO Club“ von Fsas Technologies, der auf Server- und Storage-Lösungen fokussierten „Fujitsu-Company“, am 27. November thematisiert wurden. Das Unternehmen lud

rund 40 CEOs, CTOs und andere C-Level-Vertreter seiner Channel-Partner und Distributoren ins elegante Schlosshotel Kronberg und bot sowohl Wissensvermittlung als auch Gelegenheit zu intensiven Diskussionen und zum ausgiebigen Networking.

Als Gastgeber setzten Santosh Wadwa, VP sowie Head of Platform Business Germany, und Julius Berger, Head of Corporate & Midmarket Sales Germany, den Ton: Das japanisch-deutsche Unternehmen Fsas Technologies positioniert sich sehr klar als Partner für verantwortungsvolles Business – und dies gerade angesichts von Technologien wie GenAI und Quantum Computing, die auf diesem Feld durchaus Fragen aufwerfen. Man wolle, so Santosh Wadwa, damit ein klares Zeichen in Zeiten globaler Verwerfungen und Spannungen setzen. Und auch die strategischen Partnerschaften mit Nvidia, Supermicro, Netapp und Microsoft seien in diesem Kontext zu verstehen.

Wie Nvidia sich auf die Quanten-Ära vorbereitet

Hochkarätige Fachvorträge gaben den interessierten Teilnehmern zunächst ein Update zu den komplexen

Fsas Technologies Vice President – Head of Platform Business Germany Santosh Wadwa (re.) und Head of Corporate & Midmarket Sales Germany & Strategic Partner Germany Julius Berger (li.) führten als Gastgeber durch das Programm des Cxo Clubs.



und schnelllebigen Technologien KI und Quantum Computing. Dabei präsentierte Shay Adler, Senior Director Sales bei Nvidia, die Quanten-Strategie des KI-Chip-Spezialisten. Die heißt „Accelerated Quantum Supercomputing“ und besagt, künftige Quanten-Prozessoren (QPUs) so mit GPUs und CPUs zu kombinieren, dass jede Recheneinheit genau das beiträgt, was sie am besten kann. Fsas Technologies-CTO Udo Würtz betonte, dass Nvidia mit Cuda und dessen Quanten-Weiterentwicklung Cuda-Q eine für dieses Konzept ideal geeignete Plattform bietet. Wie diese heute bereits in ersten Projekten genutzt wird, belegten Beispiele bei BASF und HSBC. Längst schon planen Rechenzentren, so Udo Würtz, ihren Kunden auch Ressourcen für Quantum Computing zur Verfügung zu stellen.

Alexandra Ulbricht, Strategic Lead & Evangelist für AI, und Christian Schulte, Head of Consultative Pre-Sales, beide bei Fsas Technologies, spannten anschließend den Bogen vom heutigen Stand von KI und Quantum Computing zu morgen und übermorgen. Christian Schulte gab dabei auch einen Überblick über die von Fujitsu angebotenen Lösungen wie die Quanten-Simulationsumgebung Oqtopus, die ARM-basierten Monaka-CPU oder das für Unternehmensumgebungen optimierte private Large Language Model Takane.

Alexandra Ulbricht setzte ihren Fokus vor allem auf ethische Fragen wie „algorithmischen Bias“ und als Blackboxen agierende KIs. Das Fazit der Expertin: „Ethik und Moral dürfen auch mal wirtschaftlicher Logik trotzen.“ Als Konsequenz nehme Fsas Technologies zum Beispiel nicht an Ausschreibungen teil, die primär darauf abzielen, menschliche Arbeitskräfte durch KI zu ersetzen. Head of Corporate & Midmarket Sales Julius Berger brachte die strategische Fokussierung von Fsas Technologies auf Ethik und Verantwortung plakativ auf den Punkt: „Donald Trump ist unser

besten Verkäufer.“ Das Bewusstsein für strategische Notwendigkeiten und schmerzhaft Veränderung jahrzehntelanger Gewohnheiten sei in den letzten zehn Monaten drastisch gestiegen.

In den Kaffeepausen hatten die Teilnehmer nicht nur Gelegenheit zum Networking, sondern konnten sich an Exponaten auch über die Private-GPT-Lösung von Fsas Technologies informieren und einen aktuellen Quanten-Chip unter dem Mikroskop betrachten.

Logische Qubits machen Quantum Computing fehlertoleranter

Einen Überblick über die technologische Entwicklung beim Quantum Computing, aber auch seine politischen Rahmenbedingungen gab Dr. Christian Tobeck, Projektmanager Wissenschaft beim Netzwerk „EIN Quantum NRW“ (EIN steht für Education. Innovation. Networking). Er wies darauf hin, dass in den USA der Strom für KI-Rechenzentren zum zunehmend limitierenden Faktor wird. Hier biete Quanten-Technik gegebenenfalls Alternativen: Mit der Verschaltung von bis zu sechs Qubits zu einem logischen Qubit lässt sich die Fehlertoleranz verbessern. Die größten Herausforderungen auf diesem Gebiet seien heute, die benötigte Zahl von Talenten zu rekrutieren und die für Quanten-Computing geeigneten Anwendungen auszuweiten und weiterzuentwickeln.

Im anschließenden, von Christian Schulte moderierten Panel nahmen Dr. Christian Tobeck, Anne-Marie Tumescheit, Technology Consultant Government Relation & Public Affairs Fsas Technologies, Dr. Sebastian Hausmann, Senior Manager Solutions Engineering bei Netapp und Fabian Brings, Consultant für Quantum Computing bei Bechtle, teil. Auch sie unterstrichen unter anderem, dass zu künftigen Quanten-Anwendungen auch Machine Learning und KI zählen. Dabei brauche Quantum Computing Unterstützung – vor allem durch inhaltlich hochwertige Datengrundlagen. Auch das ►

Shay Adler, Senior Director Sales bei Nvidia (li.) und Fsas Technologies-CTO Udo Würtz (re.) beleuchteten Technologie, Strategien und Einsatzmöglichkeiten rund um Quantum Computing.

Bild: Hannes Rügheimer / connect professional



Alexandra Ulbricht (re.) und Christian Schulte von Fsas Technologies spannten den Bogen von Technologien zu Ethik und Verantwortung bei deren Einsatz.

brennende Thema Quanten-sichere Verschlüsselung bekam einigen Raum – die Experten rechnen mit dem „Q-Day“, an dem heute übliche Verschlüsselungen und vor allem Schlüsselaustauschverfahren obsolet werden, um das Jahr 2033. Mit den Vorbereitungen auf die Zeit danach müssten Unternehmen sofort starten, sofern sie dies nicht ohnehin schon eingeleitet haben.

Resilienz und Souveränität sind das Gebot der Stunde

Einen zum Teil beklemmenden Blick aufs größere Ganze bot zum Abschluss des Vortragsprogramms Privatdozent Dr. Frank Sauer von der Universität der Bundeswehr in München, der dort auf Strategie und Vorausschau spezialisiert ist. „Das Ende der liberalen Weltordnung“, so sein Vortragstitel, zwingt Gesellschaften und Unternehmen zu Weitsicht, Resilienz und Souveränität. Letztere in vielen Dimensionen – digital, datenbezogen, aber auch strategisch. „Wir leben nicht nur mitten in der Klimakrise, sondern auch mitten im hybriden Krieg mit Russland“, warnte der Strategie-Experte. „Verlassen Sie sich nicht darauf, dass es bis 2029 dauert, bis Putin den Westen testet. Wir befinden uns gerade jetzt in einem Fenster der Verwundbarkeit.“ Der Westen möge die militärischen Fähigkeiten Russlands ein Stück weit überschätzen, gleichzeitig unterschätze er aber die Risikobereitschaft Putins und seines Umfelds. Alle Selbstverständlichkeiten von gestern seien endgültig vorbei.

Es gebe bei allen Alarmmeldungen aber auch gute Nachrichten: Die Bedrohungslage ist erkannt, und ihr werde nicht nur mit Sondervermögen, sondern etwa auch durch Dutzende Defense-Start-ups mit privaten



Hochkarätiges Panel – v. li.: Unter der Moderation von Christian Schulte diskutierten Dr. Christian Tobeck, Fabian Brings, Dr. Sebastian Hausmann und Anne-Marie Tumescheit.

Investoren begegnet. Neue Technologien wie KI und Quantum Computing seien dabei ein massiver Hebel – als ein Beispiel führte Dr. Sauer Quanten-Sensoren an, die Navigation auch bei gestörtem GPS ermöglichen. „Transatlantisch machen wir alles richtig, wenn wir als EU souveräner werden.“ Deutschland und die EU hätten alle Chancen, die Herausforderungen zu meistern, wenn die richtigen Weichen gestellt würden. Dazu zähle aus seiner Sicht auch eine völkerrechtskonforme militärische Nutzung von KI.

In der anschließenden lebhaften Diskussion gab der Defense-Insider Einblicke in die praktischen Folgen der „Zeitenwende“: Das Beschaffungswesen der Bundeswehr aufzubrechen, sei ein gigantischer Change-Management-Prozess mit offenem Ausgang. Zum Thema Datensouveränität empfiehlt er Unternehmen explizit, sich umgehend von Abhängigkeiten gegenüber chinesischen wie auch US-Anbietern zu lösen: „Nehmen Sie das nötige Geld in die Hand und halten Sie die unvermeidlichen Schmerzen aus, die mit einer solchen Abkehr verbunden sind“, riet er den zuhörenden CEOs und CTOs.

Gastgeber Julius Berger fasste im Wrap-Up die Erkenntnisse des Tages zusammen. Letztlich gelte es, drei Faktoren zusammenzubringen: Neue Technologien wie KI und Quantum Computing, das Bewusstsein für und die Ausrichtung auf Werte, sowie den Willen, Souveränität zu etablieren und aufrechtzuerhalten. Fsas Technologies fokussiere sich vor diesem Hintergrund auf den Mittelstand, aber auch auf öffentliche Auftraggeber wie die Polizei und das Militär.

Die zahlreichen Impulse des spannenden Tagesprogramms führten beim anschließenden Networking-Dinner zu weiteren angeregten Diskussionen bis tief in die Nacht. Seinen Standpunkt konnte Fsas Technologies mit dem „CxO Club“ 2025 definitiv klar machen. ■



Dr. Frank Sauer von der Universität der Bundeswehr München sprach in seinem Vortrag Klartext über Geopolitik und die Notwendigkeit strategischer Souveränität – „auch wenn sie Schmerzen verursacht“.

Nexoware will „Channel First Company“ werden

Unter der neuen Führung von Ex-Netgo-CEO Oliver Mauss verstärkt Nexoware den Channel-Vertrieb. Die neu gegründete Firmengruppe mit den vier Marken C-entron, DocBee, ElectronicSales und Docuform will ihre Lösungen verstärkt an MSPs und Unternehmen verkaufen und holt sich dafür zwei Vertriebsspezialisten an Schlüsselstellen.

Autorin: Michaela Wurm

► Die vor Kurzem neu gegründete Unternehmensgruppe Nexoware holt gezielt Sales- und Channel-Spezialisten an Bord, um den Vertrieb schlagkräftiger aufzustellen. Erst vor einem Monat hatten sich die Softwareanbieter C-entron, DocBee, ElectronicSales und Docuform zu einem Verbund zusammengeschlossen (connect professional berichtete).

Als CEO verpflichtete die neue Gruppe einen Manager, der sich nicht nur mit Zusammenschlüssen, Übernahmen und der Integration neuer Gesellschaften bestens auskennt. Ex-Netgo-Geschäftsführer Oliver Mauss will die Gruppe zum führenden Softwarepartner für Systemhäuser, MSPs und IT-Dienstleister im DACH-Raum machen.

Jetzt besetzt Nexoware zwei Schlüsselpositionen im Vertrieb mit Tom Schröder und Michael Mathieu. Beide bringen laut Mitteilung für ihre neuen Aufgaben „tiefgehende Marktkenntnis, ausgeprägte Vertriebsexpertise und umfassende Erfahrung im Aufbau skalierbarer Vertriebs- und Partnerstrukturen“ mit. Sie sollen „maßgeblich dazu beitragen, die Wachstumsstrategie der Nexoware Gruppe weiter umzusetzen und die Marktbearbeitung im DACH-Raum zu stärken“.

„Partner sind kein Add-on, sondern Kern des Geschäfts“

Als Mann für den Channel-Vertrieb hat CEO Oliver Mauss Tom Schröder ausgesucht. Er soll als Vice President Partner Sales den Partnervertrieb für den Produktbereich Solutions aufbauen und weiterentwickeln – insbesondere die Lösungen für Process Automation und Document- und Output Management.

Welchen Stellenwert der Channel bei der Gruppe bekommt, machte Schröder in einem Post auf LinkedIn deutlich: „Wir bauen Nexoware konsequent als Channel-First-Company auf, mit Experten aus dem Systemhaus und MSP-Umfeld,“ betont der neue Channel-Chef. „Partner sind hier kein Add-on, sondern der Kern des Geschäfts. Genau das wird den Unterschied machen.“

Schröder verfügt über langjährige Erfahrung im Channel- und Partnervertrieb von Softwarelösungen für den Systemhaus- und MSP-Markt. In früheren Führungspositionen verantwortete er laut Unternehmen



Tom Schröder ist neuer VP Partner Sales bei Nexoware und hat bereits Erfahrung im Softwarevertrieb.

unter anderem den Aufbau Channel-Organisationen im deutschsprachigen Raum, die Markteinführung komplexer Softwarelösungen sowie die Gewinnung und Entwicklung zahlreicher Systemhaus- und Distributionspartner. Bis Oktober 2025 war Schröder als Chief Commercial Officer (CCO) bei dem Systemintegrator Think about IT für den Vertrieb zuständig.

Erfahrungen im Softwarevertrieb sammelte er zuvor als Sales und Channel Director DACH des finnischen Softwareanbieters Friends.

Fünf Jahre arbeitete er bei Symantec, wo er zuletzt als Head of Channel für den Partnervertrieb in Deutschland verantwortlich war.

Vermarkung der Systemhaus-Produkte

Michael Mathieu übernimmt die Rolle des Chief Sales Officer und verantwortet künftig die Vermarktung der Systemhaus-Produkte – darunter ERP-, IT-Service-Management- und E-Shop-Lösungen. Mathieu ist seit mehr als 35 Jahren in der ITK-Branche tätig und mit dem Vertrieb beratungsintensiver Produkte beschäftigt.

Bereits seit 20 Jahren ist er vertrieblich für die Nexoware-Tochter C-entron tätig und hat laut Unternehmen in dieser Zeit die Marktentwicklung und Positionierung der Lösungen im Systemhausmarkt maßgeblich mitgestaltet. Zuletzt war er Chief Sales Officer (CSO) der C-entron und prägte dort den strategischen Ausbau und die erfolgreiche Weiterentwicklung der Vertriebsorganisation.

Im Laufe seiner Karriere sammelte er zudem Vertriebserfahrung bei namhaften in- und ausländischen ITK-Unternehmen und war Inhaber und Geschäftsführer eigener IT-Systemhäuser. Umfangreiche Expertise aus Prozessberatung und Softwarevertrieb bei ITK-Systemhäusern bringt er ebenfalls mit.

„Mit Michael Mathieu und Tom Schröder gewinnen wir zwei ausgewiesene Vertriebsprofis, die den Systemhausmarkt aus eigener Erfahrung kennen und verstehen. Ihre Expertise ist ein entscheidender Baustein, um unsere integrierte Plattformstrategie weiter zu skalieren und unsere Kunden und Partner nachhaltig erfolgreich zu machen“, betont CEO Mauss. ■

Partnerstrategie im Zeitalter der KI-Agenten

Auf der AWS re:Invent 2025 standen neben neuen KI-Agenten vor allem die Chancen für Systemintegratoren, MSPs und ISVs im Mittelpunkt – insbesondere bei Sovereign Cloud und agentenbasierten Lösungen.

Autor: Dr. Jakob Jung Redaktion: Michaela Wurm



Alle Bilder: AWS

► Während AWS-CEO Matt Garman in seiner Keynote auf der re:Invent 2025 autonome KI-Agenten als den nächsten Wendepunkt im Cloud Computing proklamierte, machte Amazon Web Services hinter den Kulissen deutlich: Ohne Partner wird diese Vision nicht umsetzbar sein. Auf der re:Invent 2025 kündigte AWS Investitionen in sein Partner-Ökosystem an und versprach eine deutliche Vereinfachung der Zusammenarbeit.

Sieben Dollar Partnerumsatz für jeden AWS-Dollar

Rishi Bhaskar, Director of Worldwide Public Sector Partner Sales bei AWS, bezifferte den Multiplikator-Effekt konkret: Pro einem Dollar AWS-Umsatz generieren Partner sieben Dollar Umsatz. Ein Großteil der AWS-Lösungen wird über Partner vertrieben, die verschiedene Verticals abdecken – von Government über Healthcare und Education bis zu Non-Profit-Organisationen.

Die neue Partnerstrategie setzt auf Klarheit und Einfachheit. AWS hat die Anreizprogramme überarbeitet; das Feedback sei durchweg positiv, so Bhaskar. Besonders Managed Service Provider stehen im Fokus: „Die meisten Implementierungen sind komplex, Endkunden benötigen Support. Partner sollten Managed Services anbieten“, betonte er. Das Partner Growth Initiative-Programm bietet gezielte Anreize für Partner,

die ihr Serviceangebot erweitern. Die Erfolgsquote spricht für sich: Wenn AWS Partner mit Kundenproblemen zusammenbringt, liegt eine 67-prozentige schnellere Close-Rate vor. Das Business Outcome Accelerator-Programm und die Migration Incentives helfen dabei, diese Verbindungen systematisch herzustellen.

Agentenbasierte Lösungen als Wachstumsfeld

Die auf der Messe vorgestellten KI-Agenten eröffnen Partnern neue Geschäftsfelder. Amazon Bedrock AgentCore, dessen Software Development Kit (SDK) in fünf Monaten über zwei Millionen Mal heruntergeladen wurde, ermöglicht Partnern den Aufbau komplexer Agentensysteme für ihre Kunden. Die Plattform bietet nun Policy-Funktionen mit der Open-Source-Sprache Cedar, die Entwicklungs-, Sicherheits- und Compliance-Teams zugänglich sind.

Bei einem Partner-Forum mit über 250 Teilnehmern stand die Frage im Mittelpunkt: Wie lassen sich agentenbasierte Lösungen von Proof-of-Concepts in die Produktion bringen? Die Integration des Kiro Autonomous Agent, der natürliche Sprache in Code übersetzt, wurde live demonstriert. „Die Demo zeigte, wie einfach es ist“, berichtete Bhaskar. Der Agent unterstützt Entwickler bei der Codeentwicklung und wurde in einem Jahr von hunderttausenden Entwicklern eingesetzt. Start-ups erhalten eine kostenlose einjährige Lizenz.

Großes Interesse bei Partnern und Kunden auf der re:Invent 2025 in Las Vegas



AWS-CEO Matt Garman während seiner Keynote

Für Partner bieten die drei neuen autonomen Agenten – Kiro für Entwicklung, Security Agent für Penetrationstests und DevOps Agent für den gesamten Entwicklungszyklus – konkrete Integrationspunkte in ihre Serviceportfolios.

Modernisierung schafft Projektvolumen

AWS Transform, der KI-gestützte Modernisierungsdienst, eröffnet Partnern erhebliche Projektvolumina. Asa Kalavade, VP Migration bei AWS, berichtete, dass das im März gestartete Tool bereits mehr als 810.000 Stunden eingespart hat. Die Erweiterung um Java-Modernisierung, die fünfmal schneller arbeitet, und Windows-Modernisierung mit 70 Prozent Lizenzkosteneinsparung schaffen neue Beratungsbedarfe.

Das System kombiniert 19 Jahre Migrationserfahrung mit KI und nutzt mehrere Large Language Models. Sechs neue Agenten unterstützen die Mainframe-Modernisierung. „Die Lösung kombiniert Automatisierung mit menschlicher Kontrolle. Menschen setzen Ziele und können Prozesse anpassen“, erklärte Kalavade. Die Integration einer Command-Line-Schnittstelle mit Coding-Agenten schafft Synergien zwischen Agenten und Experten.

Für traditionelle Systemintegratoren bedeutet dies: Die Expertise wandert von manueller Migration zu strategischer Beratung und Prozesssteuerung. Ein BMW-Projekt modernisierte einen Mainframe in wenigen Monaten – ein Zeitrahmen, der ohne KI-Unterstützung undenkbar gewesen wäre.

Sovereign Cloud als europäische Chance

Die europäische Sovereign Cloud steht kurz vor dem Start und bietet Partnern spezifische Wachstumschancen. AWS plant dedizierte Local Zones mit strengen Compliance- und Souveränitätsanforderungen. Partner wie SAP, Salesforce, Pega und Adobe haben bereits zugesagt. Bhaskar identifizierte Sovereign Cloud neben agentenbasierten Lösungen als einen der großen White-Space-Bereiche.

Matthias Vallentin, CEO des deutschen Cybersecurity-Start-ups Tenzir aus Hamburg mit zehn Mitarbeitern, berichtete von überwältigendem Interesse an der Sovereign Edition seines Datenverarbeitungssystems. „Die Sovereign Edition findet den größten Anklang. Der Operations Overhead ist ein entscheidendes Requirement“, sagte Vallentin. Deutsche Behörden und große Fortune-1.000-Unternehmen, aber auch US-Regierungsstellen, fragen die Sovereign Edition nach.

Tenzir, 2017 gegründet und derzeit cashflow-neutral mit einer geplanten Finanzierungsrunde im ersten Quartal, ist seit kurzem im AWS Marketplace integriert. Das Unternehmen plant, seine Go to Market (GTM)-Aktivitäten in Europa auszubauen und anschließend in die USA zu expandieren. Die Integration in Amazon Elastic Kubernetes Service (EKS) steht auf der Roadmap,

ebenso wie Role-Based Access Control und weitere Enterprise-Features.

Vallentin betonte die Bedeutung spezialisierter Partner: „Partner sollten Kundenprobleme verstehen und adressieren. Sie sollten nicht nur SIEM managen, sondern das Onboarding der Daten, Pipelines, Analytics und Detection Response übernehmen. Das bietet riesiges Potenzial für Differenzierung.“ Referenzkunden wie Swiss Post Cyber Security und der MDR-Provider Hunt & Hackett zeigen das Potenzial.

Kompetenzprogramme erweitert

AWS hat seine Kompetenzprogramme ausgebaut und bietet nun mehr als zwölf Spezialisierungen an, darunter Sovereign Cloud und GenAI. Partner mit vier oder mehr Kompetenzen generieren 25 Prozent mehr Umsatz. Das Co-Sell-Ready-Programm ermöglicht qualifizierten Partnern direkten Zugang zu AWS-Vertriebsteams.

Das Partner-Netzwerk ist breit aufgestellt und reicht von Start-ups bis zu großen ISVs und Systemintegratoren. AWS ist offen für neue Partner in allen Kategorien. Distributoren spielen eine Schlüsselrolle bei der Skalierung: AWS hat ein neues Programm mit verstärktem Fokus aufgelegt, um Tausende von Partnern zu erreichen. Bei spezifischen Public-Sector-Events bringt AWS bis zu 10.000 Partner und Kunden zusammen. PartnerForen mit mehreren hundert Teilnehmern diskutieren konkrete Fragen: Wie lässt sich die Modernisierung beschleunigen? Wie bringt man Agenten von Proof-of-Concepts in die Produktion?

Horizontale Lösungen und vertikale Spezialisierung

Die Partnerstrategie balanciert horizontale Plattformlösungen mit vertikaler Spezialisierung. Bhaskar nannte Citizen Services und globales Healthcare als horizontale Bereiche mit erheblichem Potenzial für agentenbasierte Lösungen. Bei Contact-Center-Lösungen arbeitet AWS mit traditionellen Integratoren zusammen, um Amazon Connect zu implementieren – eine der internen AWS-Anwendungen, die nun auch Kunden nutzen können. Die Pain Points variieren je nach Vertical, aber Modernisierungsgeschwindigkeit ist durchgängig ein Thema.

Die Database Savings Plans, die Kosteneinsparungen von bis zu 35 Prozent bei einjähriger Verpflichtung bieten, schaffen für Partner Argumentationshilfen bei der Cloud-Migration. Die Pläne gelten automatisch für Aurora, RDS, DynamoDB, ElastiCache, DocumentDB, Neptune, Keyspaces, Timestream und den Database Migration Service.

AWS-CTO Werner Vogels hielt nach 14 Jahren seine letzte Keynote und stellte das Konzept des Renaissance-Entwicklers vor. Seine Botschaft „You build it, you own it“ gilt auch für Partner: Wer Lösungen entwickelt, trägt die Verantwortung – und erntet die Früchte. Die re:Invent 2025 zeigte: AWS setzt auf ein gestärktes Partner-Ökosystem als Multiplikator für die nächste Wachstumsphase. ■

Gute Kommunikation zum Sparpreis

Dreistellige Preise sind für Wireless-Headsets durchaus üblich. Doch der Audio-Spezialist Creative zeigt, dass es auch anders geht und bietet das On-Ear-Headset Chat Wireless für 60 Euro an.

Autoren: Bernd Theiss Redaktion: Sabine Narloch

► Zur professionellen Kommunikation in Teams- und anderen Online-Meetings haben sich Headsets mittlerweile auf breiter Front durchgesetzt. Sie ersparen dem Nutzer den sehr schlechten Sound vieler Notebook-Lautsprecher und sorgen durch Bügelmikrofone für gute Sprachübertragung. Zudem ermöglichen sie eine weitgehend störungsfreie Kommunikation – auch dann, wenn andere im Raum sind. Da ihr Einsatz meist im professionellen Umfeld oder bei ambitionierten Gamern erfolgt, sind preiswerte Angebote eher die Ausnahme als die Regel. Genau eine solche Ausnahme findet sich mit dem Chat Wireless vom Audio-Spezialisten Creative. Es schlägt mit gerade einmal 60 Euro zu Buche. Zu diesem Preis kommuniziert das stereophone On-Ear-Headset sogar drahtlos, zum Smartphone per Bluetooth, für PCs ist ein Funk-USB-Dongle beigelegt.

Sonderangebot oder Sparpaket

Wenn man in Betracht zieht, dass das preiswerteste Business-Headset, das connect professional im letzten Jahr getestet hat, mit 110 Euro fast das Doppelte kostet, stellt sich natürlich die Frage, woran Creative gespart haben könnte.

Die Ausstattung ist auf das Wesentliche beschränkt: Zum Headset (aufladbar mit beiliegendem USB-C-



Kabel) gibt es noch einen USB-A-Dongle für kabellose Kopplung sowie eine Kurzbeschreibung.

Das Headset selbst besitzt drei Tasten: Vor und hinter der linken Seite des Kopfbügels sind Taster zum Absenken und Anheben der Lautstärke. Auf der linken Ohrmuschel befindet sich ein Universalstaster, der je nach Druckdauer und Betriebszustand des Headsets verschiedene Funktionen auslösen kann, etwa das Ein- und Ausschalten oder das Annehmen und Beenden eines Gesprächs. „Links“ bezieht sich hier auf die Seitenbezeichnung am Headset.

An der Tasten-Seite befindet sich auch der Mikrofonbügel, der sich in zwei Richtungen vor dem Mund platzieren lässt, so dass das Mikrofon und die Taster auch rechts vom Kopf zum Einsatz kommen können. Dem Rotstift scheint aber eine Funktion zum Opfer gefallen zu sein, die bei vielen Headsets Standard ist: Stummschaltung durch Hochklappen des Mikrofon-Richtung Kopfbügel.

Über die Multifunktionstaste lässt sich auch die Bluetooth-Verbindung initiieren. Das geht einfach, solange nur ein Gerät gekoppelt werden soll. Wer zwei Geräte

koppeln möchte, muss darauf achten, dass bei der Kopplung des zweiten Geräts das erste nicht in der Nähe ist beziehungsweise kein aktiviertes Bluetooth hat. Erkennt das Chat Wireless dann zwei Geräte, koppelt es sich immer mit dem zuerst verfügbaren. Die Möglichkeit zur Multipoint-Verbindung, die es ermöglicht, gleichzeitig mit zwei Geräten in Verbindung zu stehen, ist nicht gegeben. Ebenso wenig kennt es Active Noise Control (ANC), um in lauterer Umgebung störende Geräusche auszublenden.

Für Windows-PCs, laut Creative das primäre Einsatzgebiet des Chat Wireless, steht eine App zur Verfügung, mit der sich verschiedene Einstellungen tätigen lassen, beispielsweise die Stärke der Mikrofon-Geräuschunterdrückung.

Grundsätzlich könnte diese Einstelloption bei der Smartphone-Nutzung helfen. Doch eine Android-App zur Steuerung des Chat Wireless gab es zumindest zum Testzeitpunkt nicht. Das ist bei einem Headset ohne große Einstelloptionen verschmerzbar. Doch zur individuellen Einstellung der Klangbalance – dazu später mehr – wäre ein Equalizer eine willkommene Ergänzung.

Creative Chat Wireless

Preis: 60 Euro
Gewicht: 137 Gramm
<https://www.creative.com>

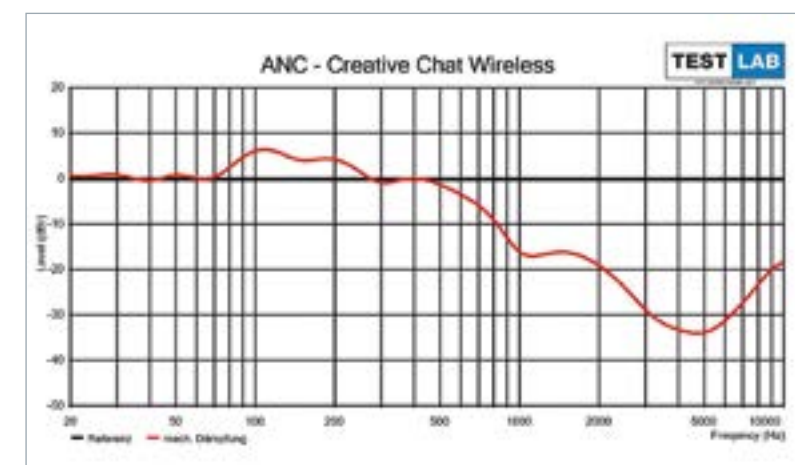
POSITIV

- Preis-/Leistungsverhältnis „gut bis sehr gut“
- Ausdauernde Akkus mit 22 Stunden Betriebszeit

NEGATIV

- Keine aktive Geräuschunterdrückung (ANC)
- Keine Multipoint-Verbindung
- Keine Stummschaltung durch Hochklappen des Mikrofon-Richtung

connect professional Urteil: **befriedigend**



Das On-Ear-Headset dämpft hochfrequenten Lärm recht gut, tieffrequente Schallanteile dringen mangels ANC zum Träger durch.

Der Ladezustand des im Test sehr ausdauernden Akkus wird auch ohne App in der Statusleiste des Home-Bildschirms angezeigt. Der Hersteller gibt für eine Akkuladung 22 Stunden Betriebszeit an, was sich mit unseren Praxiserfahrungen deckt. Damit ist die Ausstattung auf das Wesentliche reduziert, doch das ist gut realisiert.

Starke Bässe

Die Messungen bestätigen dem Creative Chat Wireless bei Medien- und Musikwiedergabe einen insgesamt recht ausgeglichenen Frequenzgang mit starken Bässen, leichter Mittenbetonung und in den Höhen einen Abfall, der etwas früher einsetzt als gewöhnlich. Das On-Ear-Headset dämpft hochfrequenten Lärm aus der Umgebung recht gut, in mittleren und tiefen Frequenzlagen ist es – auch wegen der fehlenden aktiven Geräuschunterdrückung – transparent.

Die über die MOS-Werte (Mean Opinion Score) dokumentierte Sprachqualität ist in ruhiger Umgebung sowohl in Sende- wie in Empfangsrichtung genauso in Ordnung wie beim Telefonieren oder Chatten aus ►



Der Lieferumfang ist überschaubar, enthält aber das Nötigste.

der lauten Umgebung eines Cafés oder von einer Straßenkreuzung, die in unseren Messungen einen impuls-behafteten und einen eher gleichförmigen Störgrund repräsentieren. Insgesamt schlägt sich das Chat Wireless hier recht gut. Allerdings bieten teurere Headsets denn auch eine klanglich noch direktere und ungestörtere Gesprächsbasis.

Über jeden Zweifel erhaben ist die Maximallautstärke mit 108 dB SPL. Das Creative Chat Wireless kann also richtig laut. Das sollte der Nutzer zur Erhaltung der eigenen Hörfähigkeit nur selten und in zeitlich begrenzten Dosen ausnutzen.

Konzentration auf wesentliche Features, intuitive Bedienung

Die Reduktion auf die wesentlichen Features stellt sicher, dass weder Bedienung noch Nutzung Rätsel aufwerfen. Die Beschränkung auf drei Hardware-Taster und der Verzicht auf Touch-Flächen sind ein gutes Mittel gegen Fehlbedienungen.

Einzig die Kopplung mit Notebook und Smartphone kann – wie oben beschrieben – Probleme bereiten, zumindest wenn man das Creative Chat Wireless mit zwei Geräten koppeln möchte. Als Workaround kann beim ersten gekoppelten Gerät Bluetooth ausgeschaltet werden, dann ist eine weitere Partnerschaft problemlos einzurichten.

Multipoint-Verbindungen zu zwei Geräten gleichzeitig beherrscht das Chat Wireless nicht. Beim Einschalten sollte daher Bluetooth nur beim zur Verbindung gewünschten Gerät eingeschaltet sein. Diese Thematik spielt jedoch keine Rolle wenn das Chat Wireless nur an einem Gerät zum Einsatz kommt.

Gutes Material, guter Tragekomfort

Die Materialwahl und Verarbeitung des Chat Wireless kann selbst mit doppelt so teuren Headsets mithalten. Natürlich kommt hier kein gefrästes und gebürstetes Aluminium zum Einsatz, aber die Kunststoff-Oberflächen sind sauber und gut verarbeitet, die Polster sind weich und fassen sich angenehm an. Stundenlanges Tragen ist somit kein Problem.

Dem kommt entgegen, dass das On-Ear-Headset Umgebungsgeräusche nur wenig und im Wesentlichen in den hohen Tönen dämpft. Der Nutzer bleibt also für seine Menschen ansprechbar und hat weiter „ein Ohr“ für die Umwelt.

Klanglich hat Creative eine auch in Anbetracht des Preises im Wesentlichen gute Balance zwischen hoher Sprachverständlichkeit (leichte Mittenbetonung), passabler Musikwiedergabe (druckvolle, tiefreichende Bässe) und ermüdungsfreies Langzeit-Hören (durch abgesenkte Höhen) gefunden. Mit deutlich teureren Headsets und Kopfhörern vertraute Musikliebhaber stellen einen leichten Verlust an Luftig- und Lebendigkeit fest.

Das gilt auch bei Chat, Telefonie oder Telekonferenzen, was Stimmen etwas unnatürlicher als gewöhnlich klingen lässt, und das Erkennen von Bekannten leicht erschwert.

An der Tasten-Seite befindet sich auch der Mikrofonbügel, der sich in zwei Richtungen vor dem Mund platzieren lässt.



Marke	Creative
Modell	Chat Wireless
Preis (Euro)	60
Ausdauer (max. 20 Punkte)	19
Ausdauer (Stunden)	22:00
Ausstattung (max. 25 Punkte)	13
Connectivity	
Bluetooth/Multipoint-Anbindung	5.4/🔴
DECT	🔴
Lieferumfang	
Ladestation/Ladecase	🔴
Kopfhörer zeigt Status (Busylight)	🔴
Ohrpolster wechselbar	🔴
Anzahl Austausch-Ohrstücke	entfällt
Akku wechselbar	🔴
Audiokabel	🔴
Handhabung (max. 25 Punkte)	20
Gewicht (Gramm)	137
Tragekomfort	gut
Bedienung und Funktion	
Lautstärke/Anruf annehmen	🟢🟢
ANC/Transparenzmodus	🔴/🔴
Bedienung	gut
Smartphone-App	
Anmeldung notwendig	🔴
ANC regulierbar manuell/automatisch	🔴/🔴
Transparenz regulierbar	🔴
Klangprofile/Equalizer	🔴/🔴
3D-Audio/Steuerung anpassen	🔴/🔴
zeigt Akkustand	🔴
Messwerte (max. 30 Punkte)	21
max. Lautstärke (dB SPL)	108
Geräuschunterdrückung ohne ANC (dB)	3
Sprachqualität Telefonie	
beim Empfangen aus Ruhe (POLQA)	
MOS-LQ0 (max. 5)	3,6
beim Senden aus der Ruhe (POLQA)	
MOS-LQ0 (max. 5)	3,1
Senden bei Straßenlärm (3QUEST)	
G-/S-/N-MOS (max. 5)	2,7/3,7/2,7
Senden aus Café (3QUEST)	
G-/S-/N-MOS (max. 5)	2,5/2,7/3,0
Beurteilung Audioqualität	
Sprachqualität ruhige Umgebung	befriedigend
Sprachqualität senden, laute Umgebung	ausreichend
Frequenzgänge Sprache	gut
Klang Medienwiedergabe	gut
Gesamtwertung (max. 100 Punkte)	73 (befriedigend)

Alle Angaben ohne Gewähr

Von Hybrid Work zu Good Work

Mit Jabra den Anforderungen der realen Arbeitswelt begegnen



Autor: Gregor Knipper, President Central Region bei Jabra

➤ Viele Diskussionen – ob auf LinkedIn oder in den Führungsetagen – kreisen noch immer um die Frage, wie oft Mitarbeitende im Büro sein sollten und an wie vielen Tagen remote gearbeitet werden darf. Während intensiv verhandelt wird, wo Menschen vermeintlich am produktivsten und innovativsten sind, hat sich die Realität bereits weiterentwickelt. Remote organisierte Unternehmen arbeiten erfolgreich, hybrides Arbeiten hat sich in der Mehrheit der Firmen etabliert, und selbst Organisationen mit einem klaren „Return-to-Office“-Fokus erleben täglich standortübergreifende Zusammenarbeit. Dem Begriff ‚hybride Arbeit‘ wird es daher langfristig so ergehen, wie dem des ‚Fernsehens‘: der Zusatz ‚hybride‘ wird überflüssig, übrig bleibt einfach nur: Arbeit.

Wie gute Arbeit gelingt

Die entscheidende Frage lautet deshalb nicht mehr, ob hybrid gearbeitet werden sollte, sondern wie diese Form der Zusammenarbeit bestmöglich umgesetzt wird – technisch wie kulturell. Arbeit ist heute fast immer zu einem gewissen Anteil hybrid. Entscheidend ist, Teams und einzelne Mitarbeitende unabhängig vom Arbeitsort gleich gut einzubinden, verlässliche Kommunikation zu garantieren und Meetings so zu gestalten, das alle gleichermaßen dazu beitragen können. Professionelle Audio- und Videolösungen sowie Kollaborationstools sind dafür zentrale Bausteine. Aber nur das Zusammenspiel aus durchdachter Technologie, gelebter Kultur und empathischer Führung schafft eine Arbeitsumgebung, in

der Leistung, Zusammenarbeit und Innovationskraft langfristig zusammenfinden.

Über Specs und Buzzwords hinaus beraten

Jabra versteht sich nicht nur als Hersteller von Headsets und Videokonferenztechnik, sondern als Sparringspartner rund um neue Arbeitskonzepte. Im Austausch mit Distributionspartnern, Resellern und Endkunden stehen Themen wie hybride Zusammenarbeit und Meetingkultur im Mittelpunkt. Gemeinsam wird analysiert, wer im Unternehmen wie, wo und mit wem arbeitet. Was benötigen die Mitarbeitenden? Wie sollten Büros und Besprechungsräume gestaltet und ausgestattet sein? Auf dieser Basis rücken tatsächliche Bedürfnisse und praxistaugliche Lösungen in den Vordergrund – statt technischer Features und Buzzwords.

Nebeneffekte als zentrale Argumente

An dieser Stelle verdienen die positiven Effekte moderner Arbeitsmodelle besondere Aufmerksamkeit: Arbeit wird inklusiver, weil mehr Menschen unabhängig von Standort oder persönlicher Situation eingebunden werden können. Pendelzeiten reduzieren sich, was Zeit spart und Emissionen senkt. Flexiblere und autonomere Arbeitsformen stärken Zufriedenheit, mentales und körperliches Wohlbefinden und die Bindung an das Unternehmen. Das sind nur einige Beispiele und zentrale Argumente in der Diskussion darüber, was gute Arbeit heute ausmacht – und sie werden in vielen Debatten noch immer unterschätzt.

Für Partner öffnet sich mit diesen Themen ein interessanter Einstieg in Gespräche mit Kundinnen und Kunden; Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die eigene Beratung werden gestärkt. Das Vertriebs- und Marketingteam von Jabra – mit über 30 Kolleginnen und Kollegen in der DACH-Region – steht Partnern und Endkunden dabei mit Erfahrung, Engagement und einem umfassenden Audio- und Videoportfolio für die unterschiedlichsten Ansprüche zur Seite.



Die neue Jabra PanaCast 55 VBS lässt sich durch das Jabra SpeakerMic und zusätzliche Kameras erweitern und deckt so auch größere Meetingräume bild- und akustikseitig hervorragend ab. www.jabra.com/panacast55vbs



Jabra Evolve3 85 & Evolve3 75

Die besten Headsets für modernes Arbeiten

- Innovatives Design ohne Mikrofonarm, aber mit höchster Audioqualität
- KI-gestütztes Jabra ClearVoice™ für kristallklare Spracherfassung und präzise KI-Spracheingabe
- Jabra Advanced ANC™ & Sidetone in Calls – die eigene Stimme hören, vom Umgebungslärm abgeschirmt sein
- Zehn Stunden Akku-Laufzeit nach nur zehn Minuten Schnellladung
- Ultra-leicht und faltbar

www.jabra.com/evolve3

Globale Speicherkrise und kein Ende

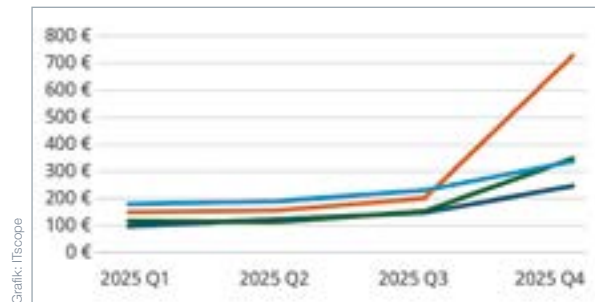
Die seit Ende 2025 anhaltende Speicherkrise ist noch lange nicht zu Ende. Lieferengpässe und Preissteigerungen speziell für Arbeitsspeicher werden die Branche wohl noch das ganze Jahr 2026 hindurch begleiten. Das hat Auswirkungen auf das anziehende PC-Geschäft und den Smartphone-Markt.

Autorin: Michaela Wurm

► Bereits seit Ende 2025 ist das globale Halbleiter-Ökosystem von massiven Engpässen betroffen. Die Distributoren berichteten bereits im Herbst 2025 von Lieferproblemen bei Arbeitsspeichern, die dann auch heftige Preissteigerungen nach sich zogen. Eine Analyse des Vergleichsportals guentiger.de zeigte schon seit August 2025 einen massiven Preisanstieg von RAM-Produkten.

Während der durchschnittliche Onlinepreis für DDR5 RAM im August 2025 noch bei 183 Euro lag, mussten Verbraucher im November bereits 331 Euro zahlen – ein Plus von 81 Prozent, so die Auswertung des Portals.

Im Channel zeichnete sich die gleiche Entwicklung ab. Anfang Dezember 2025 meldete ITscope eine spürbar steigende Nachfrage bei vielen DDR5-Modulen und explodierende Preise.



Durchschnittliche Preisentwicklung (HEK) für Arbeitsspeicher auf der ITscope-Plattform

„Bei Speicherbausteinen sehen wir die größte Bewegung“, erklärt Oliver Charles, CEO bei ITscope. „Die Nachfrage steigt, und das Bestellvolumen legt sogar noch deutlicher zu – ein Hinweis darauf, dass Speicherprodukte nicht nur häufiger, sondern auch zu höheren Preisen bestellt werden.“ Bei Grafikkarten und Prozessoren gebe es zwar mehr Aktivität zum Jahresende, jedoch ohne vergleichbare Preisentwicklung.

Besonders betroffen waren laut ITscope Speicherlösungen von Retail-Marken wie Crucial, Corsair, Kingston und Samsung. Bei diesen Anbietern stiegen die durchschnittlichen Einkaufspreise spürbar an – häufig in genau den Produktlinien, die im Channel am stärksten nachgefragt werden. OEM- und Server-Speicher



bewegten sich dagegen in weit ruhigeren Bahnen. OEM – also Speicher, der direkt für Hersteller oder Systemintegratoren produziert wurde – zeigt deutlich stabilere Preisverläufe.

„Wir sehen auf der ITscope-Plattform vor allem die Auswirkungen, nicht die Ursachen“, so Charles. „Marktberichte zeigen jedoch, dass die hohe Rechenzentrumsnachfrage nach KI-Hardware Produktionskapazitäten Richtung High-Bandwidth-Memory verschiebt. Das kann die Verfügbarkeit klassischer DDR5-Module indirekt beeinflussen. Fakt ist: Viele Speicherprodukte haben ein höheres Preisniveau erreicht – und wir erwarten kurzfristig keine Entspannung.“

Nachfrage übersteigt Angebot

Der Speichermarkt befindet sich an einem beispiellosen Wendepunkt, an dem die Nachfrage das Angebot deutlich übersteigt. Ursächlich sehen die Analysten von IDC allerdings weit mehr als nur den üblichen „Schweinezyklus“. Vielmehr setzt die rasante Expansion der KI-Infrastruktur und der Arbeitslasten das Speicher-Ökosystem unter Druck. KI-Arbeitslasten erfordern große Speicherkapazitäten. Die Verknappung sei deshalb auch auf die Umverteilung der Produktionskapazitäten zu margenstarken Speicherlösungen zur Unterstützung von KI zurückzuführen.

Statt der herkömmlichen DRAM- und NAND-Speicher für Smartphones, PCs und Unterhaltungselektronik haben die großen Speicherhersteller ihre Produktion auf Speicher für KI-Rechenzentren umgestellt, wie High Bandwidth Memory (HBM) und DDR5 mit hoher Kapazität. Dies habe das Angebot an Allzweck-Speichermodulen eingeschränkt und die Preise auf breiter Front in die Höhe getrieben, so die IDC-Analysten.

KI-Server und Unternehmensumgebungen benötigen weitaus mehr Speicher pro System als Consumer-Geräte, sodass der Ausbau der KI einen überproportionalen Anteil der weltweiten Kapazitäten beanspruche. Das führe zu Engpässen, weil die Lieferanten Aufträge von Hyperscalern und OEMs, die KI-Server bauen, vorrangig behandeln. Deshalb sei weniger DRAM für Verbrau-

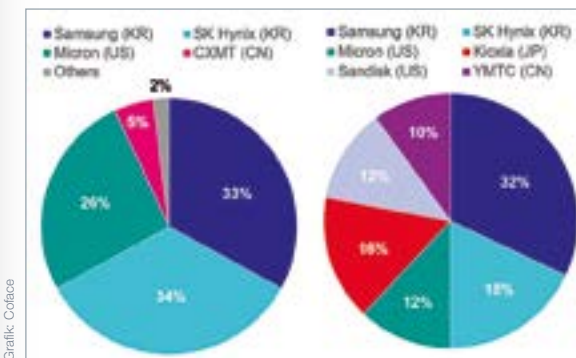
chergeräte verfügbar, was den Preisdruck in einem angespannten Markt noch verstärke.

Dauerhafte strategische Umverteilung

Die Analysten sehen hier aber weit mehr als nur eine zyklische Verknappung aufgrund eines Ungleichgewichts zwischen Angebot und Nachfrage, sondern eine dauerhafte, strategische Umverteilung der weltweiten Siliziumwafer-Kapazitäten. Jahrzehntlang sei die Produktion von DRAM- und NAND-Flash-Speichern für Smartphones und PCs der wichtigste Treiber für die Produktion gewesen. Diese Dynamik habe sich umgekehrt.

Die enorme Nachfrage nach HBM durch Hyperscaler wie Microsoft, Google, Meta und Amazon hat die drei größten Speicherhersteller Samsung Electronics, SK Hynix und Micron Technology dazu gezwungen, ihre begrenzten Reinraumkapazitäten und Investitionsausgaben auf margenstärkere Komponenten für Unternehmen umzulenken. Das ist ein Nullsummenspiel: Jeder Wafer, der für einen HBM-Stack für eine Nvidia-GPU verwendet wird, ist ein Wafer, der dem LPDDR5X-Modul eines Mittelklasse-Smartphones oder der SSD eines Consumer-Laptops vorenthalten wird.

IDC erwartet deshalb für 2026 ein unter dem historischen Durchschnitt liegendes Wachstum des DRAM- und NAND-Angebots von nur 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



Weltweite Marktanteile von DRAM- (li.)- und NAND-Speichern nach Hersteller

Gebraucht- und Refurbished-Markt als Verlierer

Die Verlagerung der Fertigungskapazitäten auf Hochleistungs-Speicherchips wie DDR5 und HBM für KI-Systeme zulasten klassischer DDR4-Module führt zu enormen Preissteigerungen sogar im Gebraucht- und Refurbished-Markt, wie die Daten des britischen Refurbishment-Spezialisten Bargain Hardware zeigen (siehe Grafik rechts).

Danach sind die Preise für DDR4-ECC-Module seit August 2025 um rund 170 Prozent gestiegen. Eine Marktanalyse des Unternehmens kommt zu dem Schluss, dass sinkende Produktionsvolumina, wachsende Nachfrage aus der KI-Industrie und Lagerknappheit bei Distributoren zu massiven Preissprüngen geführt haben.

Ein maßgeblicher Treiber dieser Entwicklung ist laut Bargain Hardware das Super-Rechenzentrumsprojekt „Stargate“ von OpenAI. Medienberichten zufolge wollen

Samsung und SK Hynix OpenAI mit bis zu 900.000 DRAM-Wafern pro Monat dafür beliefern. Das entspreche fast 40 Prozent der weltweiten DRAM-Gesamtproduktion.

Um dieser wachsenden Nachfrage gerecht zu werden, verlagern die drei großen Speicherhersteller Samsung, SK Hynix und Micron ihre Fertigungskapazitäten, um sich auf die Produktion von HBM3E und demnächst auch HBM4 zu konzentrieren. Diese Art von Speicher mit extrem hoher Bandbreite treibt KI-Beschleuniger der nächsten Generation wie die Blackwell-GPUs von Nvidia an. Infolgedessen steht weniger Kapazität für die Herstellung von Standard-DDR4- und DDR5-Speichern zur Verfügung.

„Die Produktion hat sich klar in Richtung KI-optimierter Chips verschoben. Während Konzerne wie OpenAI, Nvidia oder Amazon enorme Mengen an HBM- und DDR5-Speicher binden, bleibt für klassische DDR4-Module immer weniger Wafer-Kapazität übrig“, erklärt Ben Craig, Managing Director von Bargain Hardware. „Das führt zu spekulativen Käufen und Engpässen in Europa.“

Micron reagiert – und stellt Consumer-Brand ein

Bei Micron hat diese Verlagerung noch zu einer weitreichenderen Maßnahme geführt: Der US-Speicherspezialist stellt das Consumer-Geschäft mit RAM-Produkten und SSDs seiner Marke Crucial gleich ganz ein. Nur noch bis Februar 2026 sollen Crucial-Produkte über Einzelhändler, Online-Shops und Distributoren verkauft werden. Danach wird die Marke nach fast drei Jahrzehnten vom Markt verschwinden.

Micron wird sein Geschäft stattdessen auf langfristige, profitable Wachstumssektoren mit Speichern und Speichersystemen für Großkunden und KI-Rechenzentren ausrichten.

Als Grund für die Entscheidung nannte Micron das KI-getriebene Wachstum bei Rechenzentren, das zu einem sprunghaften Anstieg der Nachfrage nach Speicher und Speicherplatz geführt habe. „Micron hat die schwierige Entscheidung getroffen, sich aus dem Crucial-Verbrauchergeschäft zurückzuziehen, um die Versorgung und den Support für unsere größeren, stra- ►



Entwicklung der Durchschnittspreise für RAM

tegischen Kunden in schneller wachsenden Segmenten zu verbessern“, erklärte Sumit Sadana, EVP und Chief Business Officer bei Micron Technology.

Das Aus für die beliebte Consumer-Marke Crucial und der Fokus auf KI und High-Performance-Computing (HPC), dem vielleicht noch weitere Hersteller folgen könnten, hat weitreichende Auswirkungen für Crucial-Partner und -Distributoren wie DextIT. connect professional fragte bei DextIT-Vertriebsleiterin Judith Öchsner nach, wie sich die Speicherkrise bemerkbar macht. Sie sieht für den Speichermarkt so schnell keine Entspannung (siehe Interview).

Steigende Gerätepreise und sinkende Margen

Die Verknappung des Speicherangebots birgt erhebliche Risiken für die IT-Hardware-Wertschöpfungskette. Zu diesem Schluss kommt auch eine aktuelle Analyse

des Kreditversicherers Coface. Die Kombination aus erhöhten Inputkosten, unsicherer Geräteversorgung sowie einem hart umkämpften Markt wird sich auf Gerätehersteller, Originalgerätehersteller (OEMs) und IT-Distribution auswirken.

Hersteller wie Apple, Samsung, Lenovo, Dell und HP werden gezwungen, ihre Gerätepreise zu erhöhen. Wegen der hohen Preiselastizität der Verbraucher und des harten Wettbewerbs werden die OEMs zudem versuchen, einen Teil der Kosten auf die Auftragsfertiger, wie Foxconn, Pegatron, Quanta oder Compal, sowie auf die IT-Distributoren abzuwälzen. „Wir glauben, dass IT-Distributoren am stärksten von einer Verschlechterung ihrer Rentabilität bedroht sind, da Wareneinkäufe 90 Prozent ihrer Einnahmen ausmachen, sie aber auch die niedrigsten EBITDA-Margen in der Wertschöpfungskette sowie die höchste Verschuldung aufweisen“, so die Coface-Analyse. ■

„In naher Zukunft keine Entspannung in Sicht“

Der Würzburger Distributor DextIT ist bei Speicherlösungen stark aufgestellt und hat sein Angebot hier in den letzten Jahren kräftig ausgebaut. connect professional fragte Vertriebsleiterin Judith Öchsner, wie sich die Speicherkrise auf das Geschäft auswirkt.

Interview: Michaela Wurm



Judith Öchsner, Vertriebsleiterin von DextIT

► **connect professional:** Die Nachfrage nach Speicherprodukten führt aktuell zu Engpässen und starken Preissteigerungen im Markt. Wie macht sich das bei DextIT bemerkbar?

Judith Öchsner: Bei DextIT stellen wir schon seit längerem fest, dass der massive Ausbau von KI-, Cloud- und Hyperscale-Infrastrukturen zu einem hohen Bedarf an High-Performance-DRAM wie HBM, aber ebenso zu steigender Nachfrage nach klassischem RAM und Flash führt. Bestehende Systeme müssen dafür aufgerüstet, modernisiert oder ganz ersetzt werden. Wir rechnen daher mit einem dauerhaft höheren Basisniveau als bisher und haben unsere Einkaufsstrategie dahingehend angepasst.

connect professional: Welche Produkte sind besonders betroffen?

Öchsner: Besonders deutlich spürbar ist der Preisanstieg bei DDR5-Modulen für PCs und Server, deren Marktpreise aktuell stark steigen. Zusätzlich verteuern sich NAND- und SSD-Produkte weiter, ausgelöst durch eine eingeschränkte Warenverfügbarkeit sowie die verstärkte Fokussierung der Hersteller auf leistungsstarke Speicherlinien. Auch im HDD-Bereich treten Lieferengpässe auf, was die Nachfrage nach Enterprise-SSDs weiter

erhöht. Gleichzeitig verlagern viele Hersteller ihre Produktionskapazitäten zunehmend in Richtung High-Performance-DRAM, insbesondere HBM, wodurch herkömmliche PC- und Consumer-Segmente noch knapper ausfallen.

connect professional: Wann rechnet ihr wieder mit einer Entspannung?

Öchsner: In naher Zukunft ist keine Entspannung zu erwarten. Die anhaltende Verschiebung von Fertigungskapazitäten hin zu HBM und Enterprise-Speicher für KI-Infrastrukturen führt dazu, dass traditionelle Produktsegmente weiter an Priorität verlieren. Gleichzeitig haben die Hersteller ihre Massenproduktion in den letzten Quartalen reduziert und konzentrieren sich zunehmend auf profitablere Speicherlinien. Solange die KI-getriebene Nachfrage, der weltweite Ausbau von Rechenzentren und die Umverteilung der Produktionsressourcen gleichzeitig auf den Markt einwirken, bleibt die Situation angespannt. Eine deutliche Entlastung ist erst dann realistisch, wenn Kapazitäten spürbar ausgebaut oder die Fertigungsschwerpunkte neu gesetzt werden – und beides ist kurzfristig nicht zu erwarten. ■

Business-Kommunikation Made in Germany – mit Gigaset und KOMSA

Seit 85 Jahren steht Gigaset für verlässliche Kommunikation. Alles begann 1941 mit dem ersten Telefon im westfälischen Bocholt. Daraus entstand eine europäische Erfolgsgeschichte.



an Unternehmen und öffentliche Auftraggeber. Kurze Lieferwege, gute Reparierbarkeit und langfristige Sicherheitsupdates sorgen für Planungssicherheit. Ein stabiles Firmware-Management macht die Geräte zur nachhaltigen Wahl im Business-Umfeld.

Starke Distribution. Starke Partnerschaft.

Ein starkes Produktportfolio entfaltet seinen Mehrwert erst mit einer verlässlichen Distribution. Gigaset arbeitet seit Jahren eng mit KOMSA zusammen, einem der führenden Value-Add-Distributoren für digitale Infrastruktur in Deutschland. KOMSA unterstützt Partner mit hoher Warenverfügbarkeit, flexiblen Logis-

► Bis heute produziert Gigaset in Deutschland. Damit ist das Unternehmen der einzige Hersteller, der Schnurlostelefone und weitere Kommunikationslösungen im eigenen Werk fertigt. Kurze Wege, hohe Fertigungstiefe und direkter Service prägen die DNA. Enge Partnerschaften gehören fest dazu. Qualität, Beständigkeit und Verlässlichkeit bilden die Basis für nachhaltige Innovationen.

Desk und DECT aus einer Hand

Gigaset baut sein Portfolio konsequent aus. Das Ziel ist klar: professionelle Business-Kommunikation aus einer Quelle. Neben bewährten DECT-Lösungen gehören moderne Desk Phones und mobile Endgeräte dazu. Perspektivisch folgt ein eigenes Headset-Portfolio.

Die DECT-IP-Systeme der N-Serie stehen für sichere und skalierbare Kommunikation. Sie lassen sich nahtlos in Microsoft Teams und weitere professionelle Plattformen integrieren. Partner profitieren von Datenschutz nach EU-Standards, direktem Support aus Deutschland sowie starken Partnerprogrammen mit Schulungen, Projektkonditionen und Marketingunterstützung.

Push-to-talk für direkte Teamkommunikation

Mit Crew PTT erweitert Gigaset sein Portfolio um eine Push-to-Talk-Lösung für schnelle Abstimmung im Team. Die permanente Gruppenverbindung eignet sich besonders für Einzelhandel, Logistik, Gastronomie oder Facility Management. Crew PTT ist kompatibel mit den DECT-IP-Systemen der N-Serie. Ab 2026 ergänzt ein eigenes Headset-Portfolio die Lösung.

Smartphones. Made in Germany.

Auch Smartphones entstehen bei Gigaset in Bocholt. Mit GS6, GS6 PRO und der Enterprise Edition richtet sich das Angebot klar

tik- und Finanzierungslösungen sowie technischer und vertrieblicher Expertise. Gemeinsam ermöglichen Gigaset und KOMSA eine effiziente Projektabwicklung und den Zugang zu einem zukunftssicheren Kommunikationsportfolio für Systemhäuser und Reseller – aus einer Hand.

Die Vorteile für Gigaset Partner bei KOMSA:

- **Projektkonditionen:** Technische und vertriebliche Beratung plus attraktive Konditionen in allen Projekten. Projektschutz durch den technischen Vertrieb.
- **NFR-Aktionen:** Kostenfreie oder vergünstigte Händlerlizenzen über das Distributoren-Netzwerk für den Einsatz im eigenen Unternehmen.
- **Schulungen:** Teilnahme an Online-Trainings und Seminaren der Gigaset Professional Akademie.
- **Vertriebs- und Marketingunterstützung:** Produktbroschüren, Erfolgsstorys, Bildmaterial und Marketingunterlagen für die überzeugende Kundenansprache.
- **Neukundengewinnung:** Einbindung in die online Gigaset Professional Partnersuche zur Gewinnung neuer Kunden in den eigenen Installationsgebieten.

Mehr Informationen unter:

<https://komsa.com/herstellervelt/gigaset-pro/>

Gemeinsam stark im B2B-Geschäft

Gigaset verbindet 85 Jahre Fertigung in Deutschland mit einem zukunftsfähigen B2B-Portfolio aus Desk Phones, DECT, mobilen Geräten und Crew PTT. In Kombination mit der starken Partnerschaft mit KOMSA entsteht für Reseller und Systemhäuser eine sichere, skalierbare und nachhaltige Basis für innovative Telekommunikation. Gemeinsam bringen wir sie direkt zu Euren Kunden.

So tickt der Distributionsmarkt 2025

Welche Distributoren konnten 2025 besonders überzeugen? Die große Leserwahl der connect professional zeigt: Die Ansprüche der Reseller steigen weiter – insbesondere in puncto Servicequalität, technologisches Enablement und Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse zeichnen ein detailliertes Bild der aktuellen ITK-Distributionslandschaft und zeigen, welche Anbieter sich im Marktumbruch besonders behaupten.

Autorin: Diana Künstler

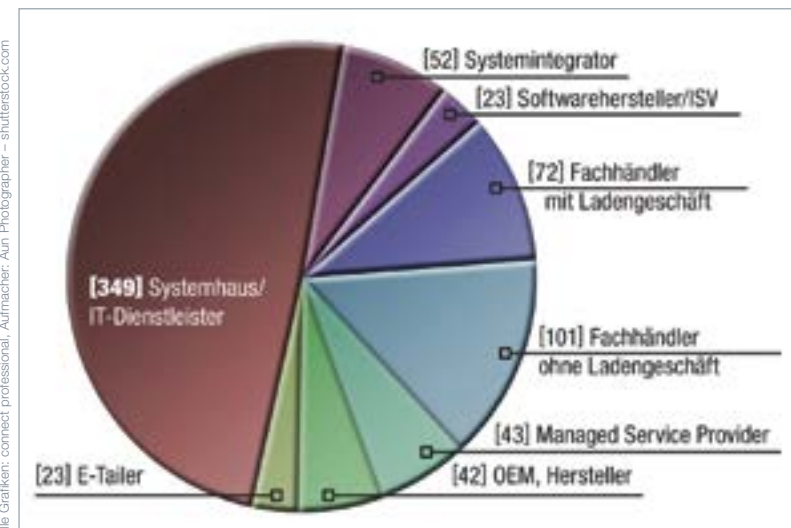
► An der diesjährigen „distributors of the year“-Umfrage nahmen 705 Fachleute aus der ITK-Branche teil – und damit deutlich mehr als im Vorjahr (585). Der Schwerpunkt liegt klar im Systemhausgeschäft: 49,5 % der Teilnehmenden stammen aus Systemhäusern oder IT-Dienstleistungsunternehmen, gefolgt von Fachhändlern ohne Ladengeschäft (14,3 %) und Fachhändlern mit Ladengeschäft (10,2 %).

Systemintegratoren stellen 7,4 %, Managed Service Provider 6,1 %, während OEMs und Hersteller auf 6,0 % kommen. Etailer und Softwarehersteller/ISV bilden mit jeweils 3,3 % kleinere, aber wachsende Gruppen.

Auch die Mitarbeiterstruktur verdeutlicht, wie stark der Mittelstand die Resellerlandschaft prägt: 48,8 % der Befragten stammen aus Unternehmen mit höchstens zehn Beschäftigten, weitere 13,3 % aus Betrieben mit 11 bis 25 Mitarbeitenden. Zusammengekommen verfügen rund 70 % der teilnehmenden Unternehmen über maximal 50 Mitarbeitende.

Mittlere und größere Betriebe sind ebenfalls vertreten: 7,0 % beschäftigen 51 bis 100, 5,8 % 101 bis 250,

Rund die Hälfte der Teilnehmenden (49,5 %) stammt aus Systemhäusern oder IT-Dienstleistungsunternehmen. Fachhändler machen zusammen knapp ein Viertel der Stimmen aus, während Integratoren, MSPs und Hersteller kleinere, aber wachsende Gruppen bilden.



6,2 % 251 bis 500 und 3,8 % 501 bis 1.000 Mitarbeitende. Die größten Marktteilnehmer mit über 1.000 Beschäftigten machen 7,1 % der Befragten aus – ein stabiler Wert gegenüber 2024.

Rund 16 % der Befragten (116 von 705) sind Mitglied einer Systemhauskooperation oder Verbundgruppe – ein ähnliches Niveau wie im Vorjahr. Unter ihnen dominiert Synaxon (32,4 %) deutlich vor Comteam (10,6 %), Nordanex (10,0 %) und ITscope (7,1 %). Weitere relevante Netzwerke sind Electronic Partner (6,5 %), Aetka und Computer Compass (je 4,7 %). Kleinere Zusammenschlüsse wie Büroring, CPN oder Soennecken finden ebenfalls Erwähnung.

Diese Verteilung zeigt: Kooperationen bleiben für viele Systemhäuser ein wichtiger Stabilitätsfaktor – insbesondere, wenn es um gemeinsame Tools, Einkaufsbedingungen und Wissensaustausch geht. Gleichzeitig agiert die Mehrheit bewusst unabhängig, um flexibel auf Marktveränderungen reagieren zu können.

Bevorzugte Distributoren: Konzentration an der Spitze, Spezialisierung im Aufwind

Insgesamt gaben die Teilnehmenden der Umfrage 2.387 Nennungen ab – durchschnittlich rund 3,4 Distributoren pro Reseller (3,6 in 2024). Damit bleibt die Einkaufsvielfalt im Channel nach wie vor relevant: Fachhändler und Systemhäuser binden sich weniger exklusiv an einzelne Anbieter, sondern kombinieren bewusst Volumen-, Value- und Nischendistributoren. Sie verteilen ihre Beschaffung also zunehmend auf mehrere Partner, um Konditionen, Sortiment und Services optimal zu kombinieren.

An der Spitze des Rankings stehen erneut die großen Broadliner: 26,5 Prozent der Befragten nannten Ingram Micro als bevorzugten Distributor. Dahinter folgen TD Synnex (24,1 %), Also (23,7 %) und Wortmann (23,7 %). Diese vier Anbieter bilden – wie bereits 2024 – das Fun-

dament der deutschen Distributionslandschaft und bleiben für viele Reseller die wichtigste Bezugsquelle. Ihr Vorsprung schrumpft jedoch leicht, da spezialisierte Anbieter an Profil gewinnen.

Api (21,7 %) und Tim (15,3 %) folgen mit leichtem Abstand. Insbesondere Tim profitiert von seiner Positionierung als Value-Added-Distributor, der über klassische Logistikleistungen hinaus gezielte Beratung und technologisches Enablement bietet.

Im Mittelfeld etabliert sich eine Vielzahl spezialisierter Anbieter: Infinigate (10,9 %), Bytec (10,8 %), bb-net (10,2 %), Allnet (9,8 %), ADN und Kosatec (je 8,4 %) bedienen gezielt Nischenmärkte – von IT-Security über Cloud- und Softwarelösungen bis hin zu Refurbishing. Auch Elovade (7,7 %), Herweck, Arrow ECS und Wortmann Telecom gewinnen an Sichtbarkeit, gestützt durch thematische Schwerpunkte und persönliche Betreuung.

Die qualitativen Rückmeldungen unterstreichen diese Wahrnehmung: Reseller lobten besonders Tim für seine technische Unterstützung, Validierungen und Kompetenz im Datacenter-Umfeld – vielfach als „echter Value-Add-Distributor“ bezeichnet. bb-net punktete mit starkem Refurbished-Portfolio, kompetentem Support und persönlicher Kundenbetreuung, während Elovade für „das beste Shopsystem“, hervorragenden After-Sales-Service und verlässliche Projektunterstützung genannt wurde.

Im Vergleich zum Vorjahr verschiebt sich die Gewichtung leicht: Während Broadliner wie Ingram Micro und TD Synnex ihre Führungsposition behaupten, gewinnen spezialisierte Value-Added-Distributoren in der Breite weiter an Relevanz. Das verdeutlicht, dass der Markt 2025 zunehmend zweigleisig funktioniert: volumenorientierte Anbieter auf der einen Seite, spezialisierte Value-Added-Distributoren auf der anderen.

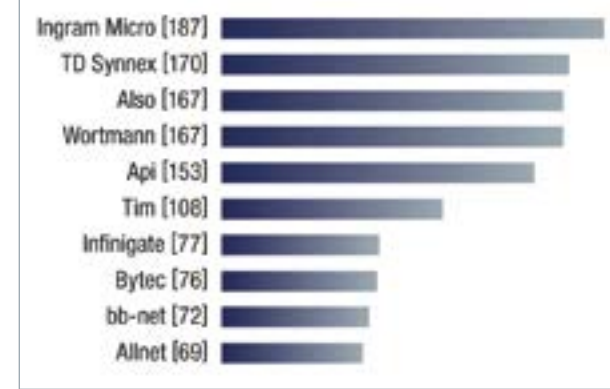
Gemeinsam ist den am besten bewerteten Distributoren ihre Kundennähe und Fachorientierung: schnelle Reaktionszeiten, stabile Ansprechpartner, technische Expertise und ein hohes Engagement im Projektgeschäft. Hier liegt zugleich der entscheidende Unterschied zu den großen Volumenplayern – und das Erfolgsrezept vieler spezialisierter Häuser.

Servicequalität und Liefertreue: Bestnoten für Zuverlässigkeit und Kompetenz

In den klassischen Kernbereichen der Distribution zeigen sich die befragten Systemhäuser und Fachhändler auch 2025 ausgesprochen zufrieden. Die Liefertreue bleibt der wichtigste Erfolgsfaktor – und zugleich die am höchsten bewertete Kategorie der gesamten Umfrage. Mit einem Durchschnittswert von 8,38 Punkten erreicht sie das beste Ergebnis über alle Kriterien hinweg. 26 % der Befragten vergaben die Höchstnote von zehn Punkten, weitere 14 % neun Punkte. Nur 8,5 % bewerteten diesen Bereich mit fünf Punkten oder weniger – ein klares Signal, dass Distributoren ihre logistischen Prozesse und Lieferverfügbarkeiten in den vergangenen Jahren deutlich verbessert haben.

Einen ähnlich starken Eindruck hinterlässt die Fachkompetenz des Personals, die im Durchschnitt 8,18

Die Top 10 Einkaufsquellen im Channel: Reseller arbeiten im Schnitt mit gut drei Distributoren zusammen – meist Broadliner wie Ingram Micro, TD Synnex, Also und Wortmann. Gleichzeitig gewinnen spezialisierte Anbieter wie Tim, Api, Infinigate (Security) und bb-net (Refurbished) weiter an Bedeutung.



Punkte erzielt. Auch hier vergaben 26 % der Befragten die volle Punktzahl, weitere 13 % neun Punkte. Diese Werte belegen, dass der persönliche Kontakt, die Beratung und die technische Expertise der Vertriebs- und Supportteams weiterhin zu den zentralen Stärken der Distributoren zählen. Gerade in Zeiten wachsender Komplexität im Produkt- und Lösungsgeschäft bleibt menschliche Kompetenz der entscheidende Faktor für Kundenzufriedenheit.

Auch die Verfügbarkeit und Aktualität von Informationen wurde mit 8,17 Punkten überdurchschnittlich positiv bewertet. 22 % vergaben hier die Höchstnote, 14 % neun Punkte, während lediglich 8,3 % fünf oder weniger Punkte vergaben. Viele Reseller lobten insbesondere verbesserte Online-Portale, automatisierte Informationssysteme und transparente Statusanzeigen zu Beständen und Lieferzeiten.

Insgesamt zeigt sich: Die Distributoren haben in den vergangenen Jahren massiv in digitale Prozesse, Logistiksteuerung und Kundenkommunikation investiert – und ernten nun die Früchte in Form hoher Zufriedenheitswerte.

Neue Kategorie: Enablement und Unterstützung bei neuen Technologien

Erstmals wurde die Kategorie „Trainings, Enablement und Unterstützung bei neuen Technologien wie KI“ abgefragt. Mit einem Durchschnittswert von 7,8 Punkten rangiert sie knapp unterhalb der klassischen Servicekategorien, gilt jedoch als strategisch zukunftsweisend. Der eher moderate Wert lässt sich andererseits auch positiv lesen: Da es sich um eine neue Kategorie handelt, zeigt er, dass der Markt hier erst am Anfang einer Lernkurve steht. Das deckt sich auch mit den Aussagen der Reseller.

Demnach bewerten viele Fachhändler die Angebote ihrer Distributoren als „solide, aber mit Luft nach oben“. Besonders positiv hervorgehoben wurden Distribu ►

Insgesamt vermittelt die Leserwahl 2025 ein positives, aber differenziertes Bild der deutschen Distributionslandschaft:

- Die Servicequalität befindet sich weiterhin auf hohem Niveau.
- Enablement und technologische Unterstützung werden zum Schlüsselthema.
- Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiges, aber noch nicht flächendeckend umgesetztes Differenzierungsmerkmal.

ren, die Schulungen zu Künstlicher Intelligenz, Cloud-Infrastrukturen und Automatisierung anbieten oder Partner aktiv beim Kompetenzaufbau begleiten. Der Wert zeigt, dass KI-Enablement noch nicht flächendeckend etabliert ist, jedoch zunehmend zum Unterscheidungsmerkmal im Wettbewerb wird – ein klares Zukunftsthema für 2026.

Auch die Unterstützung im Projektgeschäft (8,05 Punkte) liegt über dem Gesamtdurchschnitt und zeigt: Distributoren werden zunehmend als strategische Partner wahrgenommen, die Systemhäuser bei komplexen Projekten begleiten, statt ausschließlich Produkte zu liefern. Neben diesen Hauptkriterien schnitten auch weitere Servicebereiche solide ab.

Weitere Bewertungskategorien im Überblick

Auch in den übrigen Kategorien bewegen sich die Bewertungen auf einem hohen Niveau. Die Erreichbarkeit der Hotline (8,08 Punkte) und das elektronische Bestellsystem (8,09 Punkte) schneiden ebenso gut ab wie die Retouren- und RMA-Abwicklung (8,01 Punkte).

Etwas zurückhaltender fiel die Bewertung bei Finanzierungsservices und Zahlungszielen (7,98 Punkte) aus. Hier wünschen sich viele Reseller flexiblere Modelle und bessere Transparenz über verfügbare Finanzierungsoptionen. Die Wettbewerbsfähigkeit der Preise (7,85 Punkte) bleibt ebenfalls ein sensibles Thema, das stark von Marktsegment und Sortiment abhängt.

Positiv, wenn auch mit Entwicklungspotenzial, zeigen sich die „grünen“ Aspekte: Viele Systemhäuser erkennen ernsthafte Fortschritte, insbesondere bei Recycling-, Energie- und Verpackungsthemen. Zugleich bleibt das Urteil verhalten: Die Nachhaltigkeit des Portfolios (8,09 Punkte) und das soziale beziehungsweise ökologische Bewusstsein (8,12 Punkte) werden von vielen Befragten als „deutlich verbessert“ beschrieben – allerdings ohne den Durchbruch, den viele sich wünschen. In der Folge wird die Thematik von den meisten Resellern als „relevant, aber noch nicht konsequent umgesetzt“ beschrieben. Verbesserungsbedarf besteht vor allem in Transparenz, messbarer Wirkung und Kommunikation – etwa, wie CO₂-Reduktion oder Lieferkettenschutz tatsächlich in der Praxis verankert sind. Die Zahlen deuten zudem darauf hin, dass viele Distributoren ihre Maßnahmen noch zu wenig kommunizieren. Es handelt sich demnach vermutlich weniger um ein Umsetzungs- als ein Sichtbarkeitsproblem.

Beim Gesamturteil über alle Kriterien erreichte die Frage 2025 „Wie viele Sterne würden Sie im Durchschnitt vergeben?“ einen Durchschnitt von 7,99 Punkten (2024: 7,91). Bezogen auf die in dieser Kategorie abgegebenen 1.776 Antworten (inklusive „keine Angabe“) entfallen 24,8 % auf die Höchstnote 10 und 19,9 % auf 9 Punkte – zusammen

Durchweg gute Noten für die Distribution: Im Schnitt vergeben die Teilnehmenden 7,99 von 10 Punkten für die Gesamtleistung ihrer Distributoren – etwas mehr als im Vorjahr (7,91). Liefertreue erreicht mit 8,38 Punkten erneut den Bestwert, gefolgt von Fachkompetenz (8,18) und Informationsverfügbarkeit (8,17). Am niedrigsten fällt das Urteil bei Finanzierungsservices und Zahlungszielen (7,98 Punkte) aus.

44,7. Rechnet man die 7- und 8-Punkte-Bewertungen hinzu, liegen rund drei Viertel (74,5 %) aller Nennungen zwischen 7 und 10 Punkten. Am unteren Ende bewerteten circa 10 % der Teilnehmenden mit fünf Punkten oder weniger, während 6,6 % keine Angabe machten. Das unterstreicht eine stabil hohe Zufriedenheit und eine leichte Verbesserung gegenüber 2024.

Fazit: Der Markt wird anspruchsvoller und differenzierter

Die Leserwahl 2025 belegt eindrucksvoll, wie sich die Distributionslandschaft weiter ausdifferenziert.

Die Servicequalität bleibt auf konstant hohem Niveau, die Liefertreue überzeugt durch Stabilität, und die Fachkompetenz wird weiterhin als zentrale Stärke wahrgenommen.

Gleichzeitig verschieben sich die Erwartungen: Reseller fordern zunehmend Wissensvermittlung, technologische Beratung und nachhaltiges Wirtschaften. Während große Broadliner ihre Position festigen, gewinnen spezialisierte Distributoren mit klarem Fokus – etwa auf Datacenter-Infrastrukturen, Security oder Refurbished-Hardware – deutlich an Profil.

Verbesserungspotenzial sehen die Befragten vor allem in den Bereichen Enablement-Programme, Preisgestaltung und Finanzierungsservices. Hier wird es in den kommenden Jahren darauf ankommen, wie konsequent Distributoren ihre Partner in technologischen und wirtschaftlichen Fragen unterstützen. Damit zeigt die diesjährige Umfrage deutlich: Erfolg in der Distribution misst sich nicht mehr allein an Sortiment und Preis, sondern an Partnerschaft, Wissenstransfer und der Fähigkeit, Zukunftsthemen wie KI und Nachhaltigkeit aktiv zu gestalten.

Die Auszeichnung im Rahmen unserer Leserwahl als „excellent distributor 2025“ ging an die zehn bestbewerteten Häuser – darunter Vertreter mit exzellenter Servicequalität, technologischer Beratungskompetenz und nachhaltiger Marktstrategie. Die Verfolgergruppe bis Platz 25 wurde als „certified distributor 2025“ geehrt.



Von Green zu Smart Licensing:
Ein Ansatz von MRM, der sich rechnet

► Wie kein anderer Microsoft-Distributor steht MRM Distribution für konsequente Kosteneffizienz durch die Wiederverwendung von Software. Nachhaltige Entscheidungen treffen und dabei sparen – den „Green Licensing“-Ansatz der MRM gehen im Channel tausende Partnerhäuser mit. Doch die IT-Architekturen werden komplexer. Unternehmen und ihre Berater brauchen keine Einzellösungen mehr, sondern Lizenzmodelle, die Cloud, On-Premises, neue Technologien und Budgetrealitäten intelligent zusammenbringen. An diesem Punkt hat MRM den nächsten logischen Schritt vollzogen – und der heißt: Smart Licensing.

Smart lizenziert

„Smart Licensing bedeutet, Lizenzierung nicht isoliert zu betrachten, sondern als strategischen Hebel“, erklärt MRM-Geschäftsführerin Melanie Achten. Gebrauchte Microsoft-Programme bleiben wegen ihrer Kosteneffizienz zentraler Baustein des Distributors – und werden mit Cloud-Services und weiteren IT-Lösungen kombiniert. MRM stellt dafür nicht einfach nur günstige Lizenzen bereit, sondern die Expertise, um alle Komponenten herstellerkonform in ein Gesamtkonzept zu überführen. Das kommt gut an: „Wir sind der Sparring Partner, mit dem sich hybride Microsoft-Szenarien durchdenken und umsetzen lassen.“

Rückmeldungen aus dem Partnernetzwerk bestätigen: IT-Dienstleister fühlen sich hier top beraten. Welche Microsoft-Produkte dürfen kombiniert werden? Wo liegen Abhängigkeiten? Was ist auditsicher? „Wir bringen ein Lizenzwissen ein, das im Projektalltag Zeit spart und Risiken minimiert“, sagt Melanie Achten.

Melanie Achten, CEO der MRM Distribution: „Der Channel schätzt unser Lösungsportfolio – von Microsoft über KI-Tools und Hyperautomation bis Virtualisierung.“



fähigen Alternativen. „Mit Sangfor HCI haben wir seit letztem Jahr eine leistungsfähige, mittelstandstaugliche Plattform im Portfolio – deutlich günstiger und vor allem einfacher zu lizenzieren.“

Beim Thema KI eröffnet MRM seinen Partnern ein hochrelevantes Beratungsfeld mit klarer Nachfrage: „Wir sind Distributor für Pragatix Private AI“, erklärt Melanie Achten. Die Software macht die Wissensdaten in Unternehmen sicher nutzbar – wahlweise als SaaS oder On-Premises. Ergänzt um eine KI-Firewall verhindert sie ein weiteres Problem, das viele Unternehmen umtreibt: den unkontrollierten Einsatz von Schatten-KI.

Ebenfalls stark: die kostensparenden Lösungen für Hyperautomation und Dokumentenmanagement. Mit Quickwork führt MRM ein Tool, das die KI-gestützte End-to-End-Automatisierung von Geschäftsprozessen ermöglicht. FlexiPDF von SoftMaker ist die Alternative zu teuren Adobe-Lizenzen. „Ohne Abo-Zwang, aber mit gleichem Funktionsumfang.“

Ein umfassender Ansatz

Smart Licensing by MRM ist ein Ansatz, der IT-Dienstleistern Flexibilität und starke Margen sichert. „Der Channel schätzt das“, hat Melanie Achten erkannt. So viele Vorteile bekommt das Partnernetzwerk in der Tat sonst nirgends: Microsoft-Produkte, PDF-Alternativen, KI-Lösungen, Hyperautomation, Virtualisierung,... alles aus einer Hand, gut beraten und zu besten Konditionen! Infos unter: mrm-distribution.com/partner-werden/

MRM ist der langjährige Microsoft-Distributor von ICT, JACOB Elektronik, und mülheims.IT. Die IT-Häuser schätzen an der Partnerschaft mit MRM:

- Kompetente, persönliche Beratung
- Proaktive Information bei Lizenzänderungen
- Schnelle Reaktionszeiten
- Einsparungen von 30-70 % für Ihre Kunden
- Attraktive Margen
- Rechtssichere Prozesse
- Vollständige Dokumentation
- Nachhaltige Wiederverwendung
- First-Level-Support

Umfassender Lösungsanbieter

Für die Software-Expertin endet Smart Licensing nicht bei Microsoft. Viele Systemhäuser stehen ihr zufolge vor der Herausforderung, etablierte Herstellerstrategien neu zu bewerten. Ein Beispiel ist die Virtualisierung. Nach der Broadcom-Übernahme von VMware suchen immer noch zahlreiche Partner nach wirtschaftlich trag-



Westcon-Comstor vertreibt Fortanix in EMEA

Westcon-Comstor hat eine Distributionsvereinbarung mit Fortanix abgeschlossen. Ziel sei es, Channel-Partnern den Zugang zu fortschrittlichen Sicherheitslösungen zu ermöglichen, die KI-Anwendungen absichern und Post-Quantum-Readiness unterstützen.

Autorin: Diana Künstler



logie, die Daten in der Verarbeitung schützt. Diese Architektur solle sowohl Compliance-Vorgaben vereinfachen als auch Richtlinienkontrollen zentralisieren. Die Lösung eigne sich insbesondere für

sicherheit, Datenschutz und Governance gerecht werden.

Schlüsseltechnologien: Tokenisierung und Crypto Agility

Fortanix bringe Funktionen wie Daten-Tokenisierung und Crypto Agility ein, die eine sichere Nutzung sensibler Informationen in Analytics- und KI-Anwendungen ermöglichen sollen. Die Lösung unterstütze Unternehmen dabei, sich auf Post-Quantum-Sicherheitsanforderungen vorzubereiten.

Go-to-Market-Unterstützung durch Westcon-Comstor

Westcon-Comstor will die Plattform über sein etabliertes EMEA-weites Partnernetzwerk vertreiben. Partner erhielten Zugang zu Value-Added Services, darunter technische Schulungen, Data Insights und Marketingressourcen. Damit solle die Markteinführung beschleunigt und die Servicekompetenz im Bereich Enterprise-Datensicherheit erweitert werden. ■

hybride IT-Landschaften, Multicloud-Umgebungen und KI-Infrastrukturen.

Business-Relevanz in regulierten Märkten

Die Kooperation adressiere vor allem regulierte Sektoren wie Finanzwesen, Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltung. Laut Westcon-Comstor sollen Partner befähigt werden, Services zu entwickeln, die den gestiegenen Anforderungen an Daten-

► Westcon-Comstor hat eine strategische Partnerschaft mit dem Datensicherheitsanbieter Fortanix bekanntgegeben. Die Vereinbarung soll es Channel-Partnern ermöglichen, differenzierte Sicherheitslösungen mit Fokus auf Künstliche Intelligenz (KI) und Post-Quantum-Readiness anzubieten. Das Distributionsabkommen umfasst die gesamte EMEA-Region.

Laut Anbieter basiert die Fortanix-Plattform auf Confidential-Computing-Techno-

Comline wird Distributor für Samsung-Displays

Samsung hat Comline als neuen autorisierten Distributor für seine LED-, Smart Signage- und Monitorlösungen in Deutschland benannt. Die Kooperation baut auf einer bestehenden Partnerschaft im Bereich Speichermedien auf und soll die Marktdurchdringung im B2B- und B2C-Segment stärken.

Autorin: Diana Künstler

► Samsung hat sein Distributionsnetzwerk in Deutschland erweitert: Künftig wird die Comline GmbH als autorisierter Distributor die Displaylösungen des Unternehmens vertreiben. Das norddeutsche IT-Distributionshaus ergänzt damit die bereits seit März 2024 bestehende Zusammenarbeit im Bereich Speichermedien.

Laut Samsung soll die Kooperation den Zugang zu LED-, Smart Signage- und Monitorprodukten für Reseller, Fachhändler und Systemintegratoren vereinfachen. Gleich-

zeitig ziele das Unternehmen darauf ab, die Verfügbarkeit seiner Lösungen im Channel zu erhöhen und neue Zielgruppen zu adressieren. Comline werde als fünfter autorisierter Distributor insbesondere die Präsenz der LED-Produkte in Deutschland stärken.

Zielgerichtete Portfolio-Strategie und Channel-Erfahrung

Comline bringe laut Samsung umfangreiche Erfahrung im Channel-Business sowie ein etabliertes Netzwerk an Fachhandelspart-

nern in die Zusammenarbeit ein. Gemeinsames Ziel sei es, eine gezielte Portfolio-Strategie umzusetzen – mit Fokus auf hochwertige Displaylösungen und Premium-Produkte für professionelle Einsatzszenarien.

Die Kooperation beinhalte laut Unternehmensangaben auch strukturierte Go-to-Market-Maßnahmen sowie ein hohes Maß an Beratungs- und Servicequalität für den Fachhandel. Dadurch solle der Displaybereich sowohl im B2B- als auch im B2C-Markt weiterentwickelt werden. ■

Mit Spracherkennung & KI die Zukunft gestalten

Partner werden bei egs Computer Vertrieb GmbH

► Die **egs Computer Vertrieb GmbH** ist führender Value Added Distributor (VAD) für professionelle Spracherkennungslösungen im deutschsprachigen Raum. Seit fast 50 Jahren bringt das Unternehmen aus Erkrath bei Düsseldorf innovative Software, ergänzende Hardware und umfassende Services in den Fachhandel – und unterstützt heute rund 600 Fachhandelspartner in Branchen wie Gesundheitswesen, Rechtswesen, Behörden und Finanzdienstleistern.

Als spezialisierter Distributor bietet egs seinen Resellern weit mehr als reine Produktvermarktung: Durch ein strukturiertes Fachhandelsprogramm mit Zertifizierungen, regelmäßigen Webinaren und intensiven Schulungen bleiben Partner stets am Puls technologischer Entwicklungen – insbesondere im dynamischen Feld der KI-gestützten Spracherkennung.

„Für uns bedeutet Partnerschaft mehr als nur Handel“, erklärt **Andreas Platt, Geschäftsführer der egs Computer Vertrieb GmbH**. „Wir investieren in das Know-how unserer Reseller, damit sie



in einem der spannendsten Wachstumsfelder des IT-Channels – rund um professionelle Spracherkennung und KI-basierte Dokumentationslösungen – echte Mehrwerte für ihre Kunden schaffen können.“

Ein wesentlicher Bestandteil des Programms ist die rechtliche und organisatorische Absicherung: egs stellt nicht nur die notwendigen Vertragswerke zwischen Distributor und Reseller bereit, sondern auch alle relevanten Vereinbarungen zwischen Endkunde und Anwender, etwa in Arztpraxen oder Kanzleien. So wird sichergestellt, dass in sensiblen Bereichen die Vorgaben der DSGVO und sonstige Compliance-Anforderungen eingehalten werden – ein entscheidender Vorteil in Zeiten, in denen viele KI-Anwendungen noch ohne klare rechtliche Rahmenbedingungen angeboten werden.

Gerade beim Thema **KI-gestützte Sprachlösungen**, wie Ambient-Speech, die eine automatisierte Arzt-Patientendokumentation ermöglichen, setzt egs auf eine sorgfältige Auswahl der auf dem Markt verfügbaren Lösungen. Nur wenn alle rechtlichen und technischen Merkmale geprüft und für den Reseller-Vertrieb geeignet sind, finden diese ihren Weg ins Portfolio – ein Qualitätsmerkmal, auf das sich die egs Partner verlassen können.

„Die Einsatzmöglichkeiten KI-gestützter Anwenderszenarien stehen erst ganz am Anfang und bieten massives Wachstumspotential für qualifizierte Fachhändler“, betont **Jan Schneider, Vertriebs- und Marketingleiter bei egs**. „Unser Anspruch ist es, diese Chancen gemeinsam mit unseren bestehenden und neuen Partnern optimal zu nutzen.“

Partner profitieren darüber hinaus von Sonderkonditionen auf ausgewählte Produkte, exklusiven Reseller-Versionen und persönlicher Projektbetreuung – von der Pre-Sales-Phase bis zur Implementierung und im After-Sales beim Endkunden. Für viele egs Reseller ist diese Kombination aus Produktkompetenz, rechtlicher Sicherheit und kontinuierlicher Weiterbildung ein zentraler Erfolgsfaktor im eigenen Business.

Interessierte Reseller, die Spracherkennung in ihr Lösungsportfolio aufnehmen und von den Vorteilen einer zertifizierten Partnerschaft mit egs profitieren möchten, finden alle Informationen unter:

www.egs-vertrieb.de/partner-werden.



Jan Schneider, Leiter Vertrieb und Marketing (re.) und egs-Inhaber Andreas Platt

So bereit ist der Channel für KI

Die Aufbruchstimmung ist groß. Aber der deutsche Channel hinkt beim KI-Einsatz den Erwartungen hinterher. Das zeigt der „Cisco KI Channel Guide“, für den der Hersteller knapp 60 Top-Partner befragt hat.

Autorin: Michaela Wurm

► Fast vier Jahre nach dem Start von ChatGPT steht der deutsche Channel bei seiner KI-Reise vielerorts noch im Anfangsstadium. Das belegt der „Cisco KI Channel Guide“, für den der Hersteller dieses Jahr seine deutschen Partner befragt hat. 59 Top-Führungskräfte der größten Cisco-Partner in Deutschland gaben detailliert Auskunft, wo ihr Unternehmen in Sachen KI steht – und wo es noch hapert.

Heraus kam laut Cisco eine genaue Vermessung der Partner-Landschaft und eine umfassende Analyse der KI-Fähigkeiten sowie Umsatzerwartungen im deutschen Channel. „Wir wollten herausfinden, wieviel KI-Know-how haben die Partner in Vertrieb und Technik schon aufgebaut, was erwartet der Markt, wo sehen die Partner Geschäftschancen und wo sind sie schon bereit, zu liefern“, bringt es Detlev Kühne, Managing Director für die Partner Organisation bei Cisco in Deutschland, bei der Präsentation der KI-Studie auf den Punkt.

Chance erkannt, aber die Umsetzung hinkt noch

Die Auswertung zeigt: KI ist für den IT-Channel längst kein Zukunftsthema mehr – sie prägt bereits heute die Wertschöpfung und eröffnet Partnern neue Geschäftsfelder. Und KI wird im deutschen Partner-Umfeld be-

reits als Wettbewerbsfaktor erkannt. So sagen fast zwei Drittel (62 Prozent) der Teilnehmer, die Technologie habe schon heute einen hohen Einfluss auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit. Bis 2027 erwarten dies sogar knapp 94 Prozent der Befragten.

„Die Partner in Deutschland haben die Chancen der Jahrhundert-Aufgabe rund um KI erkannt, aber nur die Wenigsten sind wirklich so weit, wie sie sein wollen“ so Kühne. „Für ausnahmslos jeden Partner ist KI aktuell die Top-Priorität, aber vielerorts scheitert es noch an der Umwandlung in handfeste Umsätze.“

Mehrzahl der Partner gibt sich die KI-Note 3

Der praktische Einsatz und die strategische Ausrichtung im eigenen Unternehmen beim Thema KI stehen noch am Anfang: Im Durchschnitt bewerten die deutschen Channel-Führungskräfte die KI-Fähigkeiten ihres Unternehmens lediglich mit der Schulnote 3.

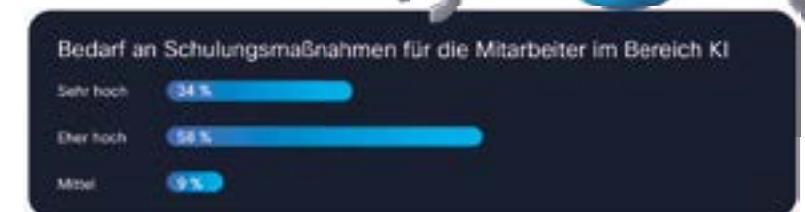
Die Studie zeigt auch eine Korrelation zwischen der KI-Nutzung innerhalb der Unternehmen und deren Fähigkeit, Umsatz durch KI zu generieren. Fast alle Befragten (97 Prozent) erzielen im Jahr 2025 höchstens 20 Prozent ihres Umsatzes mit KI. Für 2027 erwarten die Partner einen deutlichen Schritt vorwärts: Zwei Drittel (66 Prozent) wollen bis dahin mehr als 20 Prozent ihres Umsatzes mit KI erzielen.

Auch die erwarteten Investitionsbudgets belegen diese Tendenz: Etwa ein Drittel (31 Prozent) planen für 2026 Investments in KI-Technologien von mehr als einer Million Euro, weitere 31 Prozent noch immerhin 500.000 Euro. Nur etwa jeder zehnte Partner (12 Prozent) will weniger als 100.000 Euro investieren.

Schub für KI-Infrastruktur 2026 erwartet

Die KI-Prioritäten bei den Kunden waren 2025 klar verteilt, was die Untersuchungsergebnisse belegen. Den größten Umsatz machten die Partner bei der Prozessautomatisierung (61 Prozent). Knapp dahinter lag die KI-gestützte Identifizierung von Use Cases (53 Prozent) und KI-Infrastruktur (48 Prozent). Mit großem Abstand folgen Lösungen für Sicherheit und Governance (24 Prozent) sowie KI-Agenten (19 Prozent).

Für das kommende Jahr erwarten die Befragten eine klare Verschiebung in der Spitzengruppe: Hier rücken



die KI-Infrastruktur und der IT-Betrieb in den Fokus (jeweils 64 Prozent bei Mehrfachnennungen). Erst danach folgen die Automatisierung von Prozessen (48 Prozent) und Umsetzung von Business Use Cases (36 Prozent).

Dieser Ausblick stimmt positiv: Die drei KI-Bereiche mit der größten Umsatzerwartung können die deutschen Partner nach eigener Einschätzung alle gut bedienen, da sie die entsprechenden KI-Fähigkeiten bereits im Unternehmen haben. Eine besonders hohe Übereinstimmung gibt es bei der „KI-Infrastruktur“: Hier werden 2026 die meisten Umsätze erwartet, und die meisten Partner bestätigen, in diesem Bereich die richtigen Kompetenzen und Fähigkeiten zu besitzen.

„Partner, die bei der Einführung von KI die geschäftlichen Herausforderungen des Kunden verstehen und bei der KI-Strategieentwicklung und Umsetzung ein klares Konzept bieten, werden im Markt erfolgreich sein“, sagt Faruk Sari, Technical Leader, Technology Office, Cisco Partners Germany. Er hat drei konkrete KI-Tipps für die Partner: „Konzentrieren Sie sich darauf, die individuellen geschäftlichen Herausforderungen der Kunden zu verstehen, um KI-Lösungen mit echtem Mehrwert zu bieten. Beginnen Sie mit Pilotprojekten, die schnelle Erfolge erzielen. Skalieren Sie dann erfolgreiche Initiativen im gesamten Unternehmen.“

Großer Schulungsbedarf

Die schnelle technische Entwicklung erzeugt auch einen erhöhten Schulungsbedarf. Dies bestätigen alle Befragten: 58 Prozent bewerten die Notwendigkeit als hoch, 34 Prozent als sehr hoch. Die verbleibenden acht Prozent sehen einen mittleren Schulungsbedarf für KI. Als wichtige Trainingsfelder werden insbesondere Geschäftsanwendungen (70 Prozent), KI-Infrastruktur (54 Prozent) und KI-Sicherheit (54 Prozent) genannt. Mit Abstand folgen KI-Technologien (32 Prozent), Consulting (29 Prozent) und Datenanalyse (25 Prozent) fast gleichauf.

Die Kompetenz im eigenen Unternehmen soll dabei sowohl über eine breite Schulung aller Mitarbeitenden (70 Prozent) als auch gezieltes Training interner Ex-

pertInnen aufgebaut werden (73 Prozent). Das Recruiting neuer KI-Fachkräfte (41 Prozent), die Schulung des Managements (36 Prozent) sowie das Hinzuziehen externer Partner (29 Prozent) besitzen ebenfalls hohe Priorität.

Das bietet der „Cisco KI Channel Guide“

Die Umfrage für den Cisco KI Channel Guide wurde zwischen August und Oktober 2025 durchgeführt. Dabei wurden die Top-Führungskräfte der größten deutschen Partner-Unternehmen von Cisco per E-Mail zur Teilnahme eingeladen. 59 Partner-Vertreter nahmen an der Umfrage teil. Der Gesamt-Report beinhaltet weiterhin Analysen und Zusammenfassungen globaler KI-Studien von Cisco, strategische Handlungsempfehlungen und Best Practices für Partner sowie KI-Leuchtturm-Beispiele (zum Beispiel das „KIPIZ“-Projekt des ITZBund).

Detlev Kühne ist Managing Director für die Partner Organisation bei Cisco in Deutschland.





Bild: MR SOCCER – shutterstock.com

Gesucht und gefunden: der beste Platz im Netz

Welche Hosting-Anbieter bieten für Ihre Unternehmens-Webseite die höchste Zuverlässigkeit und die beste Performance? Gemeinsam mit unserem Testpartner zafaco haben wir die Produkte von sechs namhaften Anbietern auf Herz und Nieren getestet.

Autor: Hannes Rügheimer / Redaktion: Diana Künstler

► Eine Website ist für Geschäftskunden aller Größenordnungen Pflicht – dies gilt für kleine und mittlere Unternehmen ebenso wie für Konzerne, für Start-ups ebenso wie für Freiberufler, Handwerker oder andere Selbstständige. Je nach Unternehmenszweck und Geschäftsmodell können die Anforderungen an die betriebene Unternehmenswebsite allerdings sehr unterschiedlich sein. Sie reichen von einer simplen Visitenkarte im Internet bis zu hoch interaktiven Online-Shops oder komplexen, webbasierten Dienst-Angeboten.

Vom Anforderungsprofil des Betreibers des jeweiligen Webangebots hängt deshalb auch ab, was die eingesetzte Hosting-Lösung leisten muss. Sind die Inhalte der Webseite überwiegend statisch oder basieren sie auf serverseitigen Datenbanken? Werden zusätzlich Funktionen wie Bildverarbeitung, Dateioperationen

oder die Bearbeitung textbasierter Daten benötigt? Und mit wie viel Rechenleistung stellt der angemietete Webserver all dies zur Verfügung?

Diese Fragen stehen im Mittelpunkt unseres Business-Webhosting-Tests, den wir in enger Zusammenarbeit mit unserem Testpartner zafaco durchgeführt haben.

Mehrwöchiger Test prüft Hosting-Leistung

Zum Test angetreten sind sechs namhafte Anbieter von Webhosting-Produkten: Dogado, Hetzner, Host Europe, Ionos, Mittwald und Strato. Sie haben uns für unseren über mehrere Wochen durchgeführten Test eine Hosting-Lösung aus ihrem Sortiment zur Verfügung gestellt. Zu diesem Zweck haben wir den Hosting-Providern vorab den geplanten Kriterienkatalog genannt und

ihnen dann die Auswahl überlassen, welches Produkt aus ihrem Haus die darin beschriebenen Anforderungen am besten erfüllt. Viele, aber nicht alle der Kandidaten haben sich daraufhin für ihr Top-Hosting-Paket entschieden – die anderen jedoch zumindest für eines ihrer größeren Produkte entschieden.

Die im Test berücksichtigten Hosting-Lösungen und ihre wichtigsten technischen Eckdaten finden Sie in der Tabelle am Ende des Beitrages. Die Testsysteme von zafaco haben diese dann praxisgerecht unter Last gesetzt und dabei im Zeitraum von drei Wochen nahezu 550.000 einzelne Messwerte erfasst. Sie sind die Grundlage für eine detaillierte Analyse von Qualität, Leistungsfähigkeit und Stabilität der Testkandidaten. Das Testverfahren ist im Detail im untenstehenden Infokasten beschrieben.

Wie bei unseren leistungsfokussierten Tests üblich, spielen die Kosten der eingesetzten Lösung bei der Bewertung keine Rolle. Interessenten sollten bei der Auswahl eines Hosting-Produkts aber natürlich neben der in unserem Test ermittelten Leistung auch die Anforderungen ihrer eigenen Web-Anwendung im Blick haben.

Produkte nach eigenem Bedarf auswählen

Dabei kann die eigene Webseite möglicherweise weniger, unter Umständen aber auch mehr Server-Leistung erfordern als unsere Testkriterien. Die im Test genutzten virtuellen CPU-Kerne, der ihnen zugeordnete Arbeitsspeicher und der bereitgestellte Webspace ermöglichen Kunden eine Einordnung. Anbieter, die in unserem Test-Setup hohe Leistungen bieten, werden diese auch bei abgewandelten Anforderungen liefern können.

So haben wir getestet

► Die Tests hat zafaco vom 20. Oktober bis zum 9. November 2025 durchgeführt und dabei nahezu 550.000 einzelne Messwerte erfasst. Die Zugriffe auf die bewerteten Web-Präsenzen wurden über eine definierte Anzahl regional verteilter Messsysteme durchgeführt, die unterschiedliche Internetzugänge nutzen. Für den Zugang nutzte zafaco Anschlüsse aller führenden deutschen Telekommunikationsanbieter wie Deutsche Telekom, 1&1, Vodafone und Telefónica – sowie diverse Zugangstechnologien wie Glasfaser (FTTH), Breitband-Kabel (DOCSIS) und DSL. Somit nehmen wir auch die Anbindung der Hosting-Produkte an die etablierten Internet-Provider unter die Lupe – denn eine gute Hardware-Performance kann nur dann ihre Leistung entfalten, wenn die Kommunikationswege zwischen Nutzer und Webhoster dies ermöglichen.

Die Bewertung der Business-Webhosting-Anbieter basiert auf drei zentralen Modulen: Stabilität, Webhosting und Server-Performance. Die Testsworientieren sich an realistischen Nutzungsszenarien und berücksichtigen dabei unterschiedliche technische Anforderungen, wie etwa serverseitige Logik, Datenbankinteraktionen oder statische Inhalte. Die Testmethodik umfasst sieben Bewertungsdimensionen und 38 Qualitätsmerkmale. Damit zählt sie derzeit zu den ausführlichsten Bewertungsgrundlagen auf dem Markt und ermöglicht eine genaue Beurteilung der technischen Leistungsfähigkeit sowie des tatsächlichen Nutzererlebnisses.

Zur Bewertung der Stabilität der Webhosting-Umgebungen hat zafaco geprüft, ob und in welchem Umfang die Web-Präsenzen ohne Ausfälle oder signifikante Verzögerungen durchgehend nutzbar sind. Überdies wurde bewertet, wie zuverlässig und schnell Reaktionen auf Anfragen erfolgten. Die Stabilität fließt zu 25,2 Prozent in die Gesamtwertung ein.

Außerdem wurden detaillierte Messungen zur Netz- und Servicequalität durchgeführt. Dazu wurden die Serverreaktionszeiten sowie die Ladezeiten definierter statischer und dynamischer Testwebseiten ermittelt. Die Webhosting-Messungen tragen mit 52 Prozent den größten Teil zur Gesamtwertung bei.

Schließlich prüften Tests die Leistungsfähigkeit der Webhosting-Umgebungen unter realitätsnahen Bedingungen. Dazu wurden Generieren und Anpassen von Bilddateien simuliert, wie sie in Content-Management-Systemen (CMS) oder Online-Shops anfallen. Außerdem erfasste zafaco die Performance beim Lesen, Schreiben und Verarbeiten von Dateien. String-Operationen auf Textdaten, wie sie bei Volltextsuchen, Daten-Importen oder dem Verarbeiten von dynamisch generierten Inhalten vorkommen, ergänzen das Testprogramm. Die Server-Performance macht 22,8 Prozent der Wertung aus.



Testaufbau für das Webhosting-Szenario: Vom 20. Oktober bis 9. November 2025 wurden darüber nahezu 550.000 einzelne Messwerte erfasst.

Bild: zafaco



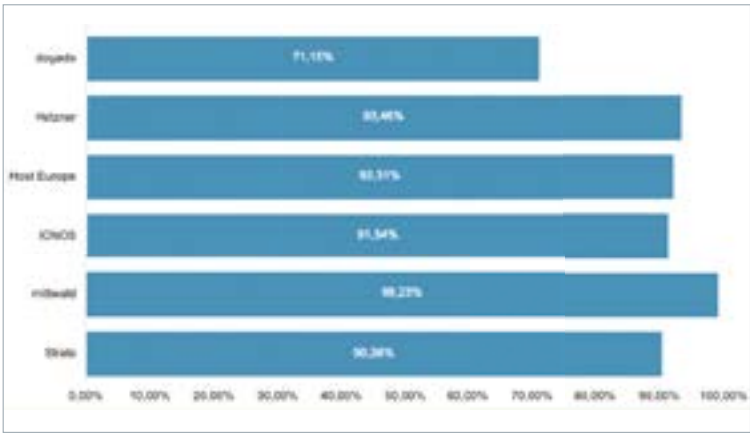
Weitere Details zum Aufbau, den einzelnen Messungen und den Qualitätskennwerten finden Sie online unter connect-professional.de/schwerpunkte/tests-studien.

Mittwald

► Seit 2003 ist das in Espelkamp nahe Bielefeld ansässige Familienunternehmen als Webhoster aktiv. Traditionell richtet sich der Anbieter dabei insbesondere an Agenturen und Kreativ-Freelancer. Mit 200 Mitarbeitenden und einem eigenen Rechenzentrum in Deutschland bietet Mittwald heute ein breites Sortiment an Hosting-Lösungen an. Daraus lässt der Anbieter sein Paket „Webhosting L“ zum Test antreten, das auf mittlere bis größere Unternehmens-Webseiten, Community-Foren und ähnliche Einsatzgebiete ausgelegt ist. Unter anderem unterstützt die Lösung eine Vielzahl von Content Management Systemen und sonstigen Web-Apps, wie etwa Wordpress, Shopware 5/6, Typo3, Joomla, Nextcloud und andere.

Mit 981 Punkten und der Note überraschend überzeugt Mittwald durch konstant hohe Leistungen über alle Testkategorien hinweg. Die Stabilitätswertung ist ebenfalls überragend, auch wenn Strato, Hetz-

Alle Grafiken: zafaco



Dynamisch nach vorn: In der Testdisziplin „dynamische Webseiten“ aus der Kategorie Webhosting die höchste Punktzahl im Testfeld

ner, Host Europe und Ionos hier noch etwas höhere Punktzahlen erreichen (siehe auch „Ergebnisse pro Kategorie“).

In der Kategorie Webhosting erzielt Mittwald jeweils die höchste Punktzahl. Besonders deutlich wird dies in der Unterdisziplin „dynamische Webseiten“ (siehe auch Balkengrafik). Aber auch bei statischen Webseiten zählt Mittwald gemeinsam mit Hetzner, Host Europe und Dogado

zur Spitzengruppe. Ebenfalls ganz vorn liegt Mittwald in der Bewertungskategorie Server-Performance. In der Testdisziplin Bildverarbeitung erzielt nur Hetzner noch zwei Punkte mehr, und Ionos liegt mit Mittwald gleichauf. Bei Dateisystem- und String-Operationen geht Mittwald jeweils mit der Teilnote überragend in Führung.

Urteil: überragend (981 Punkte)

Hetzner

► Mit mehreren hunderttausend Servern zählt Hetzner zu den größten Webhostern und Rechenzentrums-Betreibern in Europa. Seit 1997 stellt das deutsche Unternehmen Produkte und Infrastruktur für Privat- wie Geschäftskunden zur Verfügung. Hetzner betreibt Datacenter in Nürnberg, Falkenstein im Vogtland und in der finnischen Hauptstadt Helsinki. Weitere Standorte befinden sich in Singapur sowie in den USA. Aus seinem umfangreichen Produktportfolio tritt Hetzner mit seinem Paket „Webhosting XL“ an, das die größte Konfiguration in seiner Webhosting-Kategorie

ist. Die auf Debian Linux basierende Umgebung stellt mehrere CMS- und Datenbank-Varianten zur Verfügung.

Hetzner zählt zur Spitzengruppe

In der Gesamtwertung erzielt Hetzner einen überragenden zweiten Platz und zählt damit klar zur Spitzengruppe. Überragend schneidet der Anbieter auch in der Einzelkategorie Stabilität ab, wo er nur einen Punkt hinter Testsieger Mittwald liegt. Dies zeigt sich insbesondere bei der Wertung der Reaktionsfähigkeit der getesteten Web-Instanzen. Auch in der Kategorie

Webhosting punktet Hetzner knapp hinter Mittwald. Dabei zählt der Anbieter bei den statischen Webseiten zu den besten Kandidaten und schneidet bei den dynamischen Webseiten mit sehr gutem Teilergebnis auf dem zweiten Rang ab.

Bei der Server-Performance erzielt Hetzner die höchste Punktzahl und ein überragendes Teilergebnis bei der Bildverarbeitung sowie einen überragenden zweiten Platz bei Datei-Operationen. Bei String-Operationen ist der Anbieter sehr gut.

Urteil: überragend (970 Punkte)

Ionos

► Der zu 1&1 beziehungsweise United Internet gehörende Hosting-Anbieter ist seit 1988 in Deutschland aktiv und zählt heute über 6,2 Millionen Kunden. Das Unternehmen betreibt 31 georedundante Rechenzentren in Deutschland, Europa und den USA und hat dort nach eigenen Angaben über 100.000 Server im Einsatz. In Deutschland hat Ionos Serverstandorte neben dem Stammsitz Montabaur auch in Berlin, Zweibrücken und Karlsruhe. Aus seinem Lösungsangebot tritt Ionos mit der größten seiner Hosting-Lösungen an, dem Paket „Webhosting Ultimate“. Das Unter-

nehmen macht keine genauen Angaben zur bereitgestellten Rechnerleistung, taxiert diese aber als zehn Mal höher im Vergleich zu seinem Hosting-Standardpaket.

Überragend bis sehr gut

In der Gesamtwertung erzielt Ionos einen sehr guten dritten Platz und kann in den meisten Testkategorien mit den führenden Wettbewerbern mithalten. In der Stabilität-Wertung ist das Ergebnis dieses Anbieters immer noch überragend, auch wenn die erzielte Punktzahl hinter Hetzner und Host Europe liegt. Bei der Reaktions-

fähigkeit zählt Ionos zur Spitzengruppe. In der Kategorie Webhosting platziert sich Ionos im starken Mittelfeld. Dabei zeigt der Anbieter beim Test sowohl statischer als auch dynamischer Webseiten sehr gute Leistungen, liegt dabei aber etwas hinter den jeweiligen Spitzenreitern. Die von zafaco ermittelte Server-Performance liegt mit ebenfalls sehr guter Gesamtleistung auf Rang drei hinter Mittwald und Hetzner. Dabei ist Ionos besonders stark bei Bildverarbeitung und String-Operationen.

Urteil: sehr gut (936 Punkte)

Strato

► Strato wurde 1997 in Berlin gegründet und ist heute Teil der Ionos Group beziehungsweise von United Internet. Dazu steuert der Anbieter mehr als zwei Millionen Kundenverträge und über vier Millionen Domains bei. Strato hostet über 100.000 physische und virtuelle Server in deutschen und europäischen Rechenzentren.

Aus seinem umfangreichen Produktsortiment tritt der Anbieter mit dem Paket „Hosting Plus“ an. Dabei wird eine Vielzahl von CMS-Anwendungen wie Wordpress, Joomla, Typo 3, Drupal oder Coppermine unterstützt, außerdem eine Vielzahl an

Datenbank-Funktionen sowie weitere Features wie etwa Webstatistiken. In der Produktlogik liegt das getestete Plus-Paket noch unter der Maximalvariante „Pro“.

Insgesamt starke Ergebnisse

In der Gesamtwertung landet Strato direkt hinter der Konzernmutter Ionos. In der Stabilitäts-Kategorie erzielt der Anbieter sogar das höchste Ergebnis mit der Note überragend, da er sich in der Reaktionsfähigkeit noch einmal vor das ebenfalls starke Wettbewerbsfeld setzen kann. In der Bewertungskategorie Webhosting liegt

Strato gemeinsam mit Ionos im sehr guten Mittelfeld, aber hinter Mittwald, Hetzner und Host Europe. Vor allem bei den statischen Webseiten liegen die Leistungen etwas hinter denen der Spitzengruppe.

In der Kategorie Server-Performance zählt Strato gemeinsam mit Ionos zum oberen Mittelfeld. Die gemessenen Leistungen in den Disziplinen Bildbearbeitung und Datei-Operationen sind sehr gut, in der Disziplin String-Operationen erzielt Strato mit solider Performance ein gutes Ergebnis.

Urteil: sehr gut (911 Punkte)

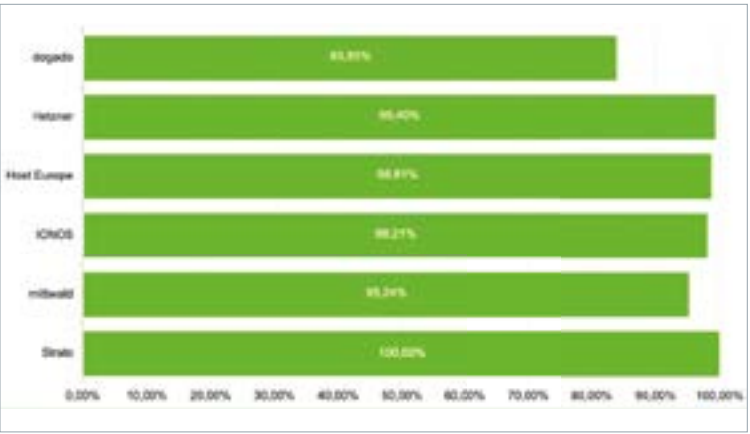
Host Europe

► Seit 1997 bietet das Unternehmen Hosting-Lösungen an. Aktuell sind in seinen Rechenzentren, die Host Europe in Köln und Straßburg betreibt, rund 46.000 virtuelle Server im Einsatz, zudem verwaltet der Anbieter über eine Million Domains für mehr als 250.000 Privat- und Geschäftskunden. Weitere Server-Standorte hat Host Europe in Singapur sowie den USA. Der Anbieter gehört heute zum US-Hostingriesen Godaddy.

Aus seinem Lösungsangebot geht Host Europe bei uns mit seinem Paket „cPanel Webhosting Ultimate“ ins Rennen. Es bietet zwei virtuelle CPUs, 1,5 GB RAM und bis zu 75 GB Speicherplatz. Nutzen lassen sie sich mit Wordpress, Joomla, Typo 3 oder Drupal, außerdem steht eine Vielzahl von Datenbank- und sonstigen Web-Funktionen zur Verfügung.

Stabiles und starkes Hosting

Mit der Gesamtnote sehr gut zeigt Host Europe in unserem Test insgesamt über-



Reaktionsfreudig: Beim Test der Reaktionsfähigkeit der bereitgestellten Webhosting-Umgebung zählt Host Europe knapp nach Strato und Hetzner zu den am besten bewerteten Anbietern.

zeugende Leistungen, fällt jedoch etwas hinter die höher platzierten Mitbewerber zurück. In der Einzelwertung für Stabilität erzielt der Anbieter jedoch gemeinsam mit Strato ein überragendes Teilergebnis. Dabei zählt Host Europe bei der Reaktionsfähigkeit der getesteten Web-Präsenz weit vorne (siehe Balkengrafik).

Auch in der Kategorie Webhosting schneidet Host Europe insgesamt überragend ab

und erreicht hier nach Mittwald und Hetzner den dritten Rang. Dies gilt gleichermaßen für die Tests statischer wie auch dynamischer Webseiten. Eine bessere Platzierung verhindern die Ergebnisse bei der Server-Performance. Bei Datei-Operationen wirkt sich negativ aus, dass Host Europe die Zugriffe auf 10 MB/s limitiert.

Urteil: sehr gut (873 Punkte)

Dogado

► Das in Dortmund ansässige Unternehmen wurde 2000 gegründet und hat sich auf Managed Cloud Services und Hosting spezialisiert. Es betreibt beziehungsweise nutzt Rechenzentren in Dortmund, Düsseldorf, Oberhausen und nahe Magdeburg. Mittlerweile ist der Anbieter Teil der skandinavischen Group.One, die europaweit mehr als zwei Millionen Kunden zählt.

Aus seinem Webhosting-Portfolio tritt Dogado mit seinem Top-Produkt „WebXL 4.0“ an. Auch hier werden keine genauen Leistungsdaten kommuniziert, aber der „Performance Level Max“ (oberhalb Pro,

Plus und Start) beziehungsweise „CPU-Limit 310%“ Das Hosting-Paket unterstützt mehrere CMS-Varianten und umfangreiche Datenbankfunktionen.

Insgesamt stabil und solide

In der Gesamtwertung erzielt der Anbieter die Note gut, was für solide und stabile Leistungen steht. Die im Test ermittelte Stabilität ist sehr gut, liegt allerdings am Ende des Vergleichsfelds, was vor allem am Abschneiden von Dogado in der Disziplin Reaktionsfähigkeit liegt. Auch bei den Tests in der Kategorie Webhosting liegt

Dogado im Vergleich insgesamt hinten und erzielt hier die Teilnote gut. Dabei sind die Ergebnisse für statische Webseiten überragend, bei dynamischen Webseiten beobachtete zafaco aber eine spürbar langsamere Performance als bei den anderen Kandidaten. Dies bestätigt auch die Testkategorie Server-Performance, in der Dogado doch einiges Optimierungspotenzial zeigt – besonders deutlich wird die hier fehlende Leistung in den Disziplinen Bildverarbeitung und String-Operationen.

Urteil: gut (753 Punkte)

TESTERGEBNISSE

ANBIETER	Mittwald	Hetzner	Ionos	Strato	Host Europe	Dogado
Produkt	Webhosting L	Webhosting XL	Ionos Webhosting Ultimate	Strato Hosting Plus	cPanel Webhosting Ultimate	Web XL 4.0
Preis inkl. MwSt	35,70 Euro/Monat	19,90 Euro/Monat	28 Euro/Monat	12 Euro/Monat	11,99 Euro/Monat	27,99 Euro/Monat
Vertragslaufzeit	1 Monat	1 Monat	12 Monate (1 Monat: 30 Euro/Monat)	12 Monate (1 Monat: 14 Euro/Monat + 10 Euro Einrichtung)	12 Monate (1 Monat: 13,99 Euro/Monat + 9,99 Euro Einr.)	12 Monnte
Technische Eckdaten	2 vCPU, 4 GB RAM, 60 GB Speicherplatz	512 MB RAM, 300 GB Speicherplatz	500 GB Speicherplatz	150 GB Speicherplatz	2 vCPU, 1,5 GB RAM, 75 GB Speicherplatz	500 GB Speicherplatz
Infos zu weiteren Details	www.mittwald.de	www.hetzner.com/de/webhosting	www.ionos.de/hosting/webhosting	www.strato.de/hosting-de202533c/	www.hosteurope.de/WebHosting	www.dogado.de/website/hosting
Messwerte und Punkte						
Stabilität (max. 252 Punkte)	242	249	247	250	248	223
Verfügbarkeit: Anzahl Messungen	62646	62646	62639	62637	62646	62639
Verfügbarkeits-Rate/Anteil fehlender Pakete (%/%)	100 / 0,04	100 / 0,04	100 / 0,04	100 / 0,04	100 / 0,04	100 / 0,04
Reaktionsfähigkeit: Anzahl Messungen	7110	7100	6921	6991	7101	7101
Paketlaufzeit TCP Median/P90 (ms/ms)	16 / 24	14 / 22	16 / 20	15 / 21	16 / 22	21 / 26
Paketlaufzeit TLS Median/P90 (ms/ms)	20 / 28	19 / 26	21 / 24	18 / 22	18 / 24	24 / 29
Webhosting (max. 520 Punkte)	515	500	473	467	494	436
Webhosting statisch						
Anzahl Messungen	7113	7116	7103	7102	7110	7114
Zeit bis erstes Byte Median/P90 (s/s)	0,07 / 0,09	0,07 / 0,1	0,07 / 0,1	0,07 / 0,1	0,07 / 0,1	0,09 / 0,12
Erste Inhaltsdarstellung Median/P90 (s/s)	0,21 / 0,32	0,21 / 0,33	0,24 / 0,35	0,24 / 0,34	0,22 / 0,34	0,24 / 0,35
Größte Inhaltsänderung Median/P90 (s/s)	0,24 / 0,41	0,24 / 0,36	0,27 / 0,41	0,26 / 0,4	0,24 / 0,39	0,26 / 0,43
Ladezeit Median/P90 (s/s)	0,28 / 0,41	0,27 / 0,41	0,59 / 0,91	0,59 / 0,91	0,37 / 0,56	0,39 / 0,63
Fehlerrate (%)	0	0,1	0,31	0,38	0,11	0,01
Webhosting dynamisch						
Anzahl Messungen	7111	7123	7109	7104	7116	7109
Zeit bis erstes Byte Median/P90 (s/s)	0,11 / 0,14	0,14 / 0,18	0,13 / 0,2	0,15 / 0,36	0,19 / 0,26	0,73 / 1,05
Größte Inhaltsänderung Median/P90 (s/s)	0,36 / 0,44	0,37 / 0,46	0,37 / 0,49	0,37 / 0,59	0,38 / 0,6	0,87 / 1,23
Längste Inhaltsdarstellung Median/P90 (s/s)	0,37 / 0,45	0,39 / 0,51	0,38 / 0,51	0,38 / 0,61	0,39 / 0,61	0,9 / 1,26
Ladezeit Median/P90 (s/s)	0,38 / 0,47	0,4 / 0,51	0,4 / 0,54	0,41 / 0,63	0,41 / 0,63	0,94 / 1,31
Fehlerrate (%)	0	0,32	0,41	0,35	0,27	0,08
Server-Performance (max. 228 Punkte)	224	221	216	194	131	94
Bildbearbeitung						
Anzahl Messungen	2017	2018	2017	2017	2018	2018
Bildunschärfe Median/P90 (ms/ms)	1503 / 1688	1216 / 1237	1491 / 1538	2585 / 2621	2293 / 2471	6797 / 7452
Bildskalierung Median/P90 (ms/ms)	414 / 454	398 / 403	418 / 437	536 / 544	745 / 820	1954 / 2327
Dateisystem-Operationen						
Anzahl Messungen	2017	2018	2017	2017	2018	2018
Lesen große Datei Median/P90 (ms/ms)	431 / 457	414 / 428	422 / 440	691 / 707	762 / 835	1402 / 1802
Schreiben große Datei Median/P90 (ms/ms)	313 / 423	442 / 457	378 / 402	388 / 410	8986 / 9376	1120 / 1362
Schreiben kleine Dateien Median/P90 (ms/ms)	945 / 1185	1208 / 1231	3214 / 3538	4250 / 4733	10220 / 11554	2299 / 3087
String-Operationen						
Anzahl Messungen	2017	2018	2017	2017	2018	2018
Lesen große Datei Median/P90 (ms/ms)	49 / 54	60 / 77	55 / 59	110 / 117	179 / 206	331 / 403
Schreiben große Datei Median/P90 (ms/ms)	12 / 15	17 / 29	15 / 17	25 / 26	33 / 41	63 / 87
Testergebnisse Summe gesamt (max. 1000)	981	970	936	911	873	753
URTEIL	überragend	überragend	sehr gut	sehr gut	sehr gut	gut

Die orange markierten Teilergebnisse zeigen die jeweils besten Werte in den zugehörigen Kategorien. Dies unterstützt Unternehmen dabei, die Angebote zu identifizieren, die ihren individuellen Bedarf am besten erfüllen.



Ergebnisse pro Kategorie

Auch wenn die Leistungen der einzelnen Anbieter sich in den drei Testdisziplinen in der Tendenz meist ähnlich sind, gibt es im Detail doch Unterschiede. Kunden, die auf einen Aspekt besonders hohen Wert legen, können sich an den folgenden Einzelergebnissen orientieren.

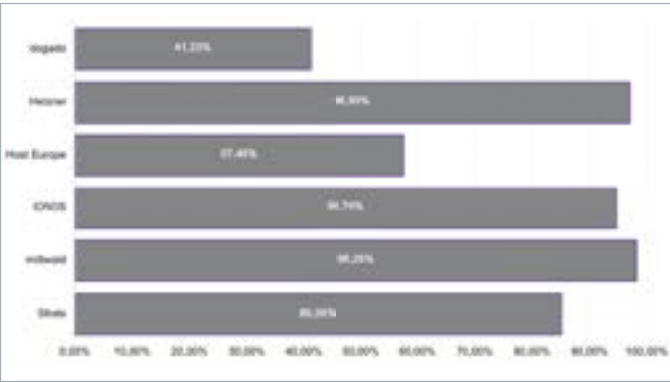
Alle Grafiken: zalaco



Stabilität:
In der Stabilitäts-Wertung erreichen alle sechs Kandidaten insgesamt hohe Punktzahlen. Auf diesem hohen Gesamtniveau hat jedoch in dieser Kategorie Strato die Nase vorn, gefolgt von Hetzner, Host Europe und Ionos. Gesamtsieger Mittwald erzielt mit über 96 Prozent Erfüllungsgrad aber auch noch ein Top-Ergebnis.



Webhosting:
In der Bewertung der kompletten Teildisziplin Webhosting, die sich ihrerseits wiederum aus dem Test statischer und dynamischer Webseiten zusammensetzt, liegt Gesamtsieger Mittwald vorn. Hetzner und Host Europe sind dem Bestplatzierten hier jedoch knapp auf den Fersen.



Server-Performance:
Auch bei der Zwischenwertung der Server-Leistung führt Gesamtsieger Mittwald mit knappem Vorsprung vor dem insgesamt Zweitplatzierten Hetzner. Auch Ionos und mit leichtem Abstand Strato erzielen hier hohe Punktzahlen. Der Rückstand in dieser Disziplin verhindert bessere Gesamtergebnisse bei Host Europe und Dogado.

Fazit

► Mit insgesamt überragenden Leistungen gewinnt Mittwald unseren Vergleich, Hetzner folgt auf einem ebenfalls überragenden zweiten Platz. Beide Anbieter geben sich in keiner der Testkategorien nennenswerte Blößen. Ionos und der ebenfalls zur Ionos-Gruppe gehörende Anbieter Strato erzielen ein sehr gutes Gesamtergebnis. Dabei präsentieren sich beide Anbieter als zuverlässige und leistungsstarke Webhoster, die in den meisten Disziplinen mit dem Führungsduo mithalten können. Host Europe schneidet ebenfalls sehr gut ab, liegt mit seinen Leistungen jedoch im Mittelfeld unseres Vergleichstests. Etwas Verbesserungspotenzial zeigt dieser Anbieter insbesondere bei der zur Verfügung gestellten Server-Leistung. Letzteres gilt in noch stärkerem Maße auch für Dogado, das mit der Gesamtnote gut abschneidet – aber insgesamt solide Leistungen bietet.

Telekom holt Uwe Heckert als Healthcare-COO



Bild: Deutsche Telekom

Die Deutsche Telekom baut ihre Position im Markt für digitale Gesundheitslösungen weiter aus. Zum 16. Januar 2026 hat **Uwe Heckert** die Rolle des Chief Operating Officer (COO) der Gesundheitssparte bei T-Systems übernommen. Er berichtet direkt an Gottfried Ludewig, der das Gesundheitsgeschäft des Konzerns verantwortet und zusätzlich für öffentliche Auftraggeber zuständig ist.

Heckert wechselte von Philips zur Telekom, wo er seit 2021 in einer Doppelfunktion als Vorsitzender der Geschäftsführung für die DACH-Region sowie als Leiter des Geschäftsbereichs Healthcare Informatics für Europa tätig war. Zuvor hatte er Führungsfunktionen bei McKinsey & Company sowie Unisys inne. Der promovierte Wirtschaftsinformatiker verfüge laut Konzernangaben über umfassende Expertise in den Bereichen digitale Transformation und IT-Systemintegration.

Der gebürtige Thüringer ist für die Telekom kein Unbekannter. Bereits nach 2005 war er in verschiedenen Leitungsfunktionen bei T-Systems im Bereich Systemintegration tätig. Im Laufe seiner akademischen Ausbildung machte Heckert Station in Berlin, Göttingen, New York sowie am Massachusetts Institute of Technology (MIT), wo er sich unter anderem mit KI beschäftigte. af



Bild: Herweck

Vorstandsumbau bei Herweck

Bei Herweck vollzieht sich ein langfristig vorbereiteter Wechsel in der Unternehmensführung. Mit Dieter Philippi zieht sich einer der beiden Gründer aus dem operativen Geschäft von Herweck zurück. Wie ge-

plant und angekündigt scheidet Philippi aus dem Vorstand des saarländischen Distributors aus und wechselt in den Aufsichtsrat. An seiner Stelle wurde jetzt **Jakob Saga** (Foto) neu in den Vorstand berufen. Er verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in der kaufmännischen Leitung. Seine inhaltlichen Schwerpunkte liegen in den Bereichen Finanzen, IT, Personal, Projektmanagement und Recht.

Der neu aufgestellte Vorstand setzt sich künftig aus Jakob Saga, Jörg Herweck und Hans-Jürgen Witfeld zusammen. af



Bild: Acer

Führungswechsel bei Acer Deutschland

Acer krempelt seine deutsche Führungsspitze um: **Michael Stuhr** übernimmt zusätzlich die Geschäftsführung für Deutschland. Der bisherige Geschäftsführer Robert Perenz wird sich ab sofort vollständig auf

die strategische Rolle als General Manager Central Europe konzentrieren.

Stuhr hat über zwei Jahrzehnte Erfahrung in der IT-Branche. Er war von 2009 bis 2011 bei Acer Österreich als Head of Professional Business tätig und übernahm dann 2013 die Position des Country Managers. In seiner neuen Rolle will er sowohl das Privatkundengeschäft als auch das Geschäftskundensegment in Deutschland weiterentwickeln. Stuhr wird in seiner neuen Position weiterhin direkt an Robert Perenz berichten. af



Bild: Infinigate

Ben Jones ist neuer CTO bei Infinigate

Die Infinigate Group hat **Ben Jones** zum neuen Chief Technology Officer (CTO) ernannt. CEO Marco van Kalleveen betonte speziell die strategische Bedeutung der CTO-Rolle für das weitere Wachstum von Infinigate:

Jones soll hier durch technologische und datengetriebene Innovationen die Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz des Unternehmens weiter stärken. Er übernimmt zusätzlich als CIO die Position von Paul Campbell, der seit Juli 2024 die strategische IT-Weiterentwicklung von Infinigate geprägt und das Unternehmen inzwischen verlassen hat.

Jones bringt über 15 Jahre Erfahrung in der Branche mit, unter anderem als Global CIO bei Nord Anglia sowie als Global CTO bei GfK und Euromoney Institutional Investor. af



Bild: Indevis

Strategische Verstärkung bei Indevis x Data-Sec

Managed Security Service Provider Indevis x Data-Sec holt mit **Nils Kaufmann** einen ausgewiesenen Branchenexperten als neuen Chief Sales Officer (CSO) an Bord. Er hat über 25 Jahre Erfahrung in IT, Cloud-Infrastrukturen und Channel-Strategien und ist Gründer der EuroCloud Native Initiative, Vorstand bei EuroCloud Deutschland eco e.V. und war als Mitglied des Gaia-X Expertenteams Co-Autor des Technical Architecture Papers.

Er bringt ebenso Erfahrung aus Führungspositionen bei namhaften IT-Dienstleistern und Cloud-Providern sowie aus der Gründung mehrerer Unternehmen mit. Zuletzt verantwortete er die Expansion des tschechischen Managed Cloud Service Providers Vshosting im DACH-Markt (connect professional berichtete). af

Wie Digitalisierung Produktion, Plattformen und Netze transformiert



Bild: Andrey Popov - shutterstock.com

Wie wird Digitalisierung zum echten Produktivfaktor? Welche Rolle spielen digitale Zwillinge, KI, resiliente Prozesse und sichere Industrienetze in der Fabrik von morgen? Vier Sessions des Thementags von connect professional machten deutlich: Die industrielle Transformation gelingt nur dort, wo Produktion, Daten und Kommunikation in gemeinsamen Architekturen gedacht werden – vernetzt, souverän und skalierbar.

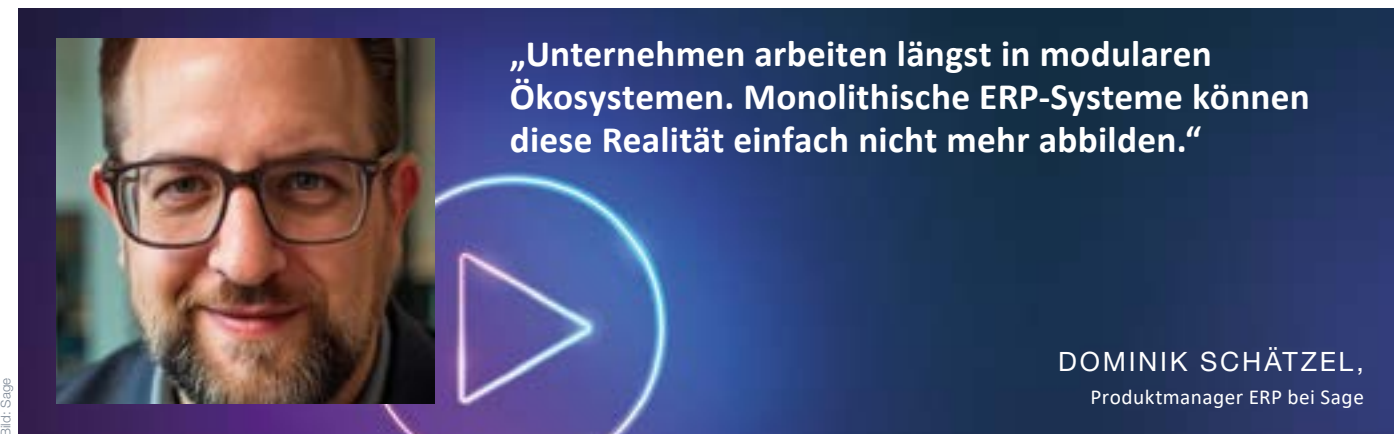
Autorin: **Diana Künstler**

► Die industrielle Digitalisierung gewinnt weiter an Dynamik – und mit ihr die Anforderungen an Datenintegration, resiliente Prozesse, KI-gestützte Fertigung und eine sichere Vernetzung. Beim Webinar-Thementag „Digitalisierung in der Industrie“ von connect professional Anfang November boten Expertinnen und Experten von Siemens, Sage, Mitel sowie Alcatel-Lucent Enterprise einen praxisnahen Blick darauf, wie sich Produk-

tion, Logistik und Unternehmenssteuerung heute neu aufstellen müssen.

Mut zur ganzheitlichen Transformation

Gleich zum Auftakt setzte Siemens ein starkes Zeichen: Die Produktion im Gerätewerk Erlangen gilt als eines der modernsten Industrieumfelder Europas – und als real existierender Prototyp für das „Digital Enterprise“. ►



Stephan Schluß, Head of Manufacturing, zeigte eindrucksvoll, wie digitale Zwillinge, KI-basierte Prozessoptimierung, Industrial Metaverse und IT-OT-Konvergenz zusammenspielen. „Wir bauen in China inzwischen ganze Fabriken zuerst digital, bevor der erste Beton gegossen wird“, betonte er. Der virtuelle Zwilling diene dabei nicht nur als Simulationsraum, sondern als strategisches Steuerungsinstrument über den gesamten Lebenszyklus.

Das globale Motion-Control-Fertigungsnetzwerk von Siemens umfasst zwölf Werke – vom digitalen „Native Factory“-Projekt in China bis zu hochautomatisierten Standorten in Europa. Die Bandbreite reicht von Make-to-Stock über Make-to-Order bis zu Engineering-Intensivfertigung. Gerade diese Vielfalt verdeutlicht für Schluß: „Heterogene Produktionslandschaften zeigen, wie wichtig Standards, Datenkonsistenz und interoperable Plattformen sind.“

Nachhaltigkeit und Effizienz seien dabei kein Gegensatz, sondern neue Wachstumspfade: Energieoptimierung, KI-basierte Fehlerprävention und Lean-Methoden greifen in der „Green Lean Digital“-Strategie unmittelbar ineinander – technologisch wie kulturell.

ERP: Modulares Industrie-Nervensystem

Wie digitale Wertschöpfung künftig orchestriert werden kann, zeigte anschließend Sage. Dominik Schätzel, Produktmanager ERP, machte deutlich: „Unternehmen arbeiten längst in modularen Ökosystemen – Webshop, Logistik, Einkauf, CRM. Monolithische ERP-Systeme

können diese Realität nicht mehr abbilden.“ Composable ERP wird so zum verbindenden Element, das Prozesse, Daten und KI-Anwendungen flexibel verknüpft. Microservices, API-first-Architekturen und offene Schnittstellen ermöglichen Module, die sich dynamisch austauschen oder skalieren lassen. Für den Mittelstand, so Schätzel, reduziere dies „Transformationsrisiken und steigere die Anpassungsfähigkeit“, etwa wenn neue Services oder KI-Funktionen integriert werden.

Er verwies auch auf den Gartner-Hype-Cycle, in dem Generative AI, Sustainability und Composable ERP die zentralen Zukunftstreiber des ERP-Markts darstellen. Moderne Plattformen erlauben kleine, schnelle MVPs statt großer Big-Bang-Migrationen – ein entscheidender Vorteil für Unternehmen mit begrenzten Ressourcen.

„Wichtig ist, dass Unternehmen die Kontrolle über ihre Daten behalten – egal ob On-Prem, Hybrid oder Cloud“, betonte Schätzel. Datensouveränität wird damit Teil der ERP-Strategie, nicht nur der Infrastruktur.

Resilienz bedingt Wettbewerbsfähigkeit

Cyberangriffe, Lieferkettenstörungen und Naturereignisse – das Risikoportfolio der Industrie wächst. Für Nico Thureau, Security Consultant bei Mitel, ist deshalb klar: „Die Frage ist nicht, ob etwas passiert – sondern wann.“ Warum dieser Satz keine Übertreibung ist, zeigte Thureau anhand realer Fälle: von Hackerangriffen auf Berliner Flughäfen über die Evakuierung einer Leverkusener Klinik nach Unwettern bis hin zu Stromausfällen, die



europaweite Systeme beeinträchtigen. Beispiele, die verdeutlichen, wie schnell kritische Prozesse zum Erliegen kommen können – und wie teuer fehlende Vorbereitung wird.

BCM sei deshalb kein abstraktes Regelwerk, sondern ein operativer Leitfaden für den Ernstfall. Risikomatrizen, definierte Risk Owner, klare Priorisierungen und technische wie organisatorische Maßnahmen (TOM) bilden das Fundament. BCM und Risikomanagement, so Thureau, „gehören untrennbar zusammen – das eine ist präventiv, das andere reaktiv.“

Auch KI werde künftig stärker zur Risikoanalyse beitragen: durch Mustererkennung, Simulationen und kontinuierliche Neubewertung veränderlicher Bedrohungslagen. Damit wird Resilienz vom Compliance-Thema zum strategischen Faktor der Wertschöpfung.

Industrielle Netze entscheiden über Tempo und Sicherheit des Wandels

Wie essenziell Kommunikationsinfrastrukturen für Industrie 4.0 sind, zeigte Alcatel-Lucent Enterprise. „Ohne sichere, stabile Netze bleibt Digitalisierung ein PowerPoint-Vortrag“, fasste Benjamin Eggerstedt, Senior Director Strategic Network Business Germany, zugespitzt zusammen.

Mit dem Aufkommen von Edge-KI, AGVs, flexibler Robotik und digitalisierten Produktionsschritten steigen Anforderungen an Latenz, deterministische Steuerung und Ausfallsicherheit rapide. Viele Werke stehen daher vor der strategischen Frage: Wi-Fi 7 oder Private 5G? Die Antwort ist selten binär. Während Wi-Fi 7 große Flexibilität und Bandbreite bietet, liefert Private 5G die benötigte Verlässlichkeit und Security-Domaintrennung für kritische Produktionsprozesse.

Zudem gewinnt Datensouveränität in Ausschreibungen an Gewicht: Offene Plattformen, Zero-Trust-Netzwerke, fabric-basierte Architekturen und IT-OT-Interoperabilität sind Faktoren, die immer häufiger über Investitionsentscheidungen bestimmen. Eggerstedt zeigt, wie hybride Netzmodelle und Edge-Konzepte den Übergang zu Cloud-connected Factories ermöglichen – ohne Produktionsrisiken zu erhöhen.

Sicherheit wird dabei zur Designfrage: Netzwerksegmentierung, Mikrosegmentierung und Zero-Trust-Prinzipien entscheiden darüber, ob Angriffe eindämmbar bleiben.

Datenräume verschoben – nicht vertagt

Der Vortrag von Fraunhofer IESE zum Projekt „AAS Dataspace for Everybody“ musste kurzfristig ausfallen. Das Thema bleibt dennoch ein Grundpfeiler der industriellen Digitalisierung: Standardisierte, souveräne Datenräume sind zentral, um digitale Zwillinge, KI und Lieferketteninformationen sicher und interoperabel über Unternehmensgrenzen hinweg zu teilen.

connect professional wird das Thema gemeinsam mit dem Fraunhofer IESE zeitnah in einem gesonderten redaktionellen Beitrag aufbereiten.

Digitalisierung als strategisches Zusammenspiel

Der Thementag machte klar: Die Industrie steht mitten in einem tiefgreifenden Umbau. Entscheidend ist dabei nicht die einzelne Technologie, sondern das Zusammenspiel von vier Erfolgsfaktoren:

- digitale Fabriken,
- modulare Plattformen,
- resiliente Strukturen,
- sichere Netze.

Nur wo diese Bausteine in einer gemeinsamen Architektur gedacht werden, entsteht echte Wettbewerbsfähigkeit – und die Grundlage für Industrie 2030. ■

Zum kostenfreien Video-
mitschnitt der Vorträge
geht es hier:
<https://spezial.connect-professional.de/webinare/>



Wege zu digitaler Souveränität für die öffentliche Verwaltung

Digitale Souveränität steht schon seit einigen Jahren auf der IT-Agenda der öffentlichen Verwaltung. Die Multi-Cloud-Plattform gd.Cloud-Broker könnte hier ihren Beitrag leisten, indem sie den Zugang zu Public-Cloud-Services für die öffentliche Verwaltung einfacher macht. Sie soll nicht nur den Einstieg in die Cloud-Nutzung erleichtern, sondern gleichzeitig die souveräne Cloud-Wahl für Mitglieder und Träger in Bund, Ländern und Kommunen ermöglichen.

Autorinnen: Victoria Abshagen, Alena Mattfeldt Redaktion: Andrea Fellmeth

► In Bund, Ländern und Kommunen sowie auch auf europäischer Ebene ist digitale Souveränität ein wichtiges Thema – und hat angesichts geopolitischer Entwicklungen gerade 2025 deutlich an Schwung gewonnen. So rückte digitale Souveränität beispielsweise ins Zentrum des Digitalgipfels, der auf Initiative von Deutschland und Frankreich im November 2025 in Berlin stattfand. Zu den Meilensteinen der Digitalinitiativen des Bundes zählt zum Beispiel die Gründung des Zentrums für Digitale Souveränität (ZenDiS GmbH); es soll durch den Einsatz von Open-Source-Software in der öffentlichen Verwaltung digitale Souveränität stärken.

Darüber hinaus organisiert die govdigital eG als Genossenschaft der öffentlichen IT-Dienstleister deutschlandweite Kooperationen und gemeinsame Plattformen für die digitale Verwaltung, wozu die Deutsche Verwaltungswelt (DVC) ebenso zählt wie die Multi-Cloud-Plattform gd.Cloud-Broker. Die Genossenschafts-Mitglieder gehören ausschließlich der öffentlichen Verwaltung direkt an oder sind öffentliche Unternehmen, die vor allem digitale Leistungen für die Verwaltung erbringen. Doch was macht digitale Souveränität eigentlich aus – vor allem, wenn es um die Nutzung von Cloud-Services durch die öffentliche Verwaltung geht?

Auf in die Cloud: Resilienz durch Unabhängigkeit

Aktuell setzen viele öffentliche Verwaltungen vermehrt Cloud-Projekte um und widmen sich ihren übergreifenden Anforderungen an eine zukunftssichere Cloud-Strategie. Vorgefertigte Cloud-Services erlauben es, OZG (Onlinezugangsgesetz)-Services und Verwaltungspro-

zesse maximal schnell und flexibel umsetzen zu können. Hier ist es wichtig, nicht allein Rechenpower und Skalierbarkeit im Blick zu haben, sondern die Wahl der passenden Cloud-Anbieter in den USA und der EU genau abzuwägen und damit auch einer Abhängigkeit von einzelnen Technologieanbietern vorzubeugen.

Im Falle von geopolitischen Krisensituationen ist die Kontrolle über die eigene IT-Landschaft und der Schutz insbesondere von (Bürger-)Daten besonders wichtig. Zur Stärkung der digitalen Souveränität gelte es, so ist auf der BMDS-Website (Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung) zu lesen, „die Informationstechnik der öffentlichen Verwaltung mit dem Ziel zu transformieren, sie unabhängiger von einzelnen Anbietern und Produkten zu machen und ihre Resilienz durch die Austauschbarkeit von Komponenten zu erhöhen“.

Leichter gesagt als getan! Denn digitale Souveränität der öffentlichen Verwaltung bedeutet vor allem, Cloud-Technologien gezielt und verantwortungsvoll einzusetzen,



Aufmacher: Prime Visionn – shutterstock.com

zen, indem bereits bei der Planung von IT-Projekten bewusst entschieden wird, welcher Anbieter und welches Betriebsmodell für den jeweiligen Workload am besten geeignet ist, um Risiken zu minimieren und gleichzeitig technologische Innovation optimal zu nutzen.

Aktuell sind die Hyperscaler AWS, Google Cloud und Microsoft Azure führend, wenn es um Skalierbarkeit, Leistungstiefe und Innovationskraft – beispielsweise durch KI-Integration – geht. Alle Hyperscaler investieren zudem massiv, um souveränere, europäische Cloud-Alternativen zu schaffen, so beispielsweise die European Sovereign Cloud von AWS. Demgegenüber stehen Anbieter wie StackIT und Ionos, die als deutsche Anbieter mit ihren Cloud-Services durch ihre Anässigkeit in der EU geringeren politischen Einflüssen aus Drittländern unterliegen.

Multi-Cloud-Plattform für öffentliche Verwaltung

IT-Verantwortliche der öffentlichen Verwaltung profitieren dabei von besonderen Vorteilen, die ihnen bei der direkten Zusammenarbeit mit einem dieser Cloud-Anbieter entgehen würden:

- Die Ausschreibungspflicht entfällt: Die Cloud-Services der verschiedenen Anbieter können direkt nach der Registrierung im Portal von gd.Cloud-Broker sowie Abschluss einer Rahmenvereinbarung mit govdigital gebucht und genutzt werden, eine Ausschreibung ist nicht notwendig.
- govdigital ist einziger Vertragspartner: Damit wird der administrative Aufwand minimiert.
- Keine langfristigen Vertragsbindungen: Alle Cloud-Services lassen sich kurzfristig buchen und kündigen.
- Buchung, Abrechnung und Reporting erfolgen transparent aus einer Hand: Die Plattform gd.Cloud-Broker fungiert als zentrale Stelle für alle bezogenen Cloud-Leistungen.

Über den gd.Cloud-Broker beispielsweise profitieren Mitglieder und Träger der govdigital von einem Rahmenvertrag, der den Bezug der fünf Cloud-Anbieter AWS, Azure, Microsoft, StackIT und Ionos über den durch BTC bereitgestellten gd.Cloud-Broker ermöglicht. Der gd.Cloud-Broker wurde von govdigital als Genossenschaft der öffentlichen IT-Dienstleister ins Leben gerufen und wird aktuell von der BTC AG bereitgestellt. Bezugsberechtigt sind dabei die Mitglieder und Träger von govdigital. Die Registrierung zur Nutzung für Mitglieder und Träger der govdigital erfolgt auf <https://cloud-broker.govdigital.de/>.

Victoria Abshagen ist Business Development Managerin bei der govdigital eG, Alena Mattfeldt ist Senior Consultant Cloud Solutions bei der BTC AG.



Die Fähigkeit, Entscheidungen souverän, also unabhängig von externen Anbietern oder Abhängigkeiten zu treffen, ist für jedes Unternehmen existenziell. Wir haben interessante Inhalte zum Thema Digitale Souveränität in einem E-Paper für Sie zusammengestellt. Hier geht's zum PDF: <https://indd.adobe.com/view/88dda58f-6a8c-408f-a53f-4c95331c300c>



Wie Unternehmen und öffentliche Einrichtungen ihre digitale Handlungsfähigkeit sichern können, darum geht es am kostenfreien Webinar-Thementag am **Mittwoch, 25.03.26, ab 10 Uhr**. Seien Sie dabei! Weitere Infos erhalten Sie unter bit.ly/4t5Wztk

Warum Digital Signage jetzt zur IT wird

Smart Buildings, Cloud-Management und Cybersecurity prägen die ISE 2026. Samsung zeigt, wie sich Digital Signage vom Anzeigemedium zum IT-System entwickelt und welche Anforderungen daraus für Unternehmen entstehen.

Autorin: Diana Künstler



► Zu sehen ist ein großformatiges Micro-LED-Display in All-in-One-Ausführung mit nahtloser Bildfläche und integrierter Steuerung. Die Lösung kombiniert hohe Bildqualität mit vereinfachter Installation und zentralem Management. Auf der ISE 2026 zeigte Samsung damit, wie LED-Wände zunehmend als integrierte IT-Endpunkte in Leitständen, Konferenzumgebungen und Corporate Spaces eingesetzt werden.

► Das Motto der ISE 2026 „Push Beyond“ stand dieses Jahr für mehr als neue Displayformate oder höhere Auflösungen. Für Amit Chatterjee, Manager Presales Solutions bei Samsung Electronics GmbH, geht es vor allem darum, bestehende Annahmen zu hinterfragen: Welche Technologien bringen echten Mehrwert – und wo wird noch zu viel versprochen?

Die thematische Klammer dafür lieferte die Integrated Systems Europe (ISE) Anfang Februar, die sich längst als strategische Leitmesse für AV-, IT- und Gebäudekonvergenz etabliert hat. Samsung zeigte in Barcelona eine Reihe sichtbarer Innovationen: Spatial Displays, die 2D-Inhalte in visuelle 3D-Effekte übersetzen, transparentes Micro-LED oder energieeffiziente Color-E-Paper-Lösungen. Gleichzeitig betont Chatterjee im Vorabgespräch mit connect professional, dass technischer Fortschritt oft evolutionär statt revolutionär ist. „LCD-Technologie ist nach wie vor noch nicht tot“, sagt er. Mit Micro-RGB-Backlights lasse sich die Bildqualität nochmals deutlich steigern.

Der eigentliche „Beyond“-Schritt liegt jedoch weniger im Display selbst, sondern im Betriebsmodell: Displays werden zu vernetzten IT-Endpunkten, eingebettet in Smart Buildings, Cloud-Plattformen und Sicherheits-

architekturen. Genau an dieser Stelle zeigt sich jedoch, dass technologische Innovation allein nicht ausreicht.

Integration als Realitätstest: Wenn AV, IT und Gebäude verschmelzen

Integration und Convergence zählten zu den zentralen Schlagworten der ISE 2026. In der Praxis scheitern Projekte laut Chatterjee jedoch selten an der Technik, sondern an der Komplexität im Betrieb. „Wenn vieles zusammenkommt, ist ja die Frage: Wie einfach lässt es sich trotzdem bedienen?“ Aus seiner Sicht entscheidet dabei weniger die Funktionsvielfalt als die Alltagstauglichkeit: Systeme müssten so gestaltet sein, dass sie auch von Nicht-Spezialisten sicher bedient werden können.

Mit SmartThings Pro (siehe auch Infokasten) adressiert Samsung genau diesen Punkt: IoT-Geräte, Displays und Gebäudetechnik liefern ihre Funktionen selbst an die Plattform, Dashboards entstehen automatisch. Das reduziert nicht nur Programmieraufwand, sondern auch organisatorische Reibungspunkte zwischen IT, Facility Management und Fachabteilungen.

Gleichzeitig zeigt sich im Markt ein klarer Reifegrad: Viele Unternehmen wollen integrierte Lösungen, verfügen aber noch nicht über die notwendi-

Digital Signage ist kein Projekt mehr. Es ist ein laufender IT-Betrieb.



AMIT CHATTERJEE,
Manager Presales Solutions
bei Samsung Electronics GmbH

Bild: Samsung Electronics

gen Prozesse, Rollenmodelle und Zuständigkeiten. Governance – also die Frage, wer Inhalte, Geräte und Daten kontrolliert – wird damit zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Digital Signage wird IT – und braucht neue Betriebsmodelle

Ein klarer Trend: Digital Signage wird zunehmend wie klassische IT betrieben. Remote-Management, Roll-outs über Hunderte oder Tausende Screens und standardisierte Updates gehören inzwischen zum Erwartungshorizont vieler Kunden. „Digital Signage ist kein Projekt mehr. Es ist ein laufender IT-Betrieb“, bringt es Amit Chatterjee auf den Punkt.

Samsung VXT (Visual Experience Transformation) ist als Cloud-Plattform genau darauf ausgelegt. Chatterjee beschreibt den Ansatz als Abkehr vom projektbasierten Denken: Signage werde zum dauerhaften Service, inklusive Monitoring, Firmware-Management und Rekonzepten. Für Integratoren bedeutet das neue Rollen – weg vom reinen Installateur, hin zum Managed-Service-Partner.

Auch wirtschaftlich verändert sich der Markt. Cloud- und Plattformmodelle verschieben Investitionen zunehmend von CapEx zu OpEx. Gleichzeitig gewinnen Total Cost of Ownership und Energieeffizienz an Bedeutung, etwa durch E-Paper-Displays oder automatisierte Ein-/Ausschaltzeiten.

Cybersecurity, NIS2 und „Security by Design“

Mit wachsender Vernetzung steigt auch das Risiko. Angriffe auf Digital-Signage-Netzwerke sind längst Realität. Entsprechend rückten Themen wie NIS2, ISO 27001 und EU-Cybersecurity-Regulierungen stärker in den Fokus der ISE.

Chatterjee betont, dass Samsung hier auf einen langjährigen Ansatz setzt: „Samsung Knox ist Security by Design.“ Anders als reine Softwarelösungen sei Knox, vielen bislang vor allem aus dem Mobile- und Enterprise-Smartphone-Umfeld bekannt, tief in Hard- und Software verankert – sowohl auf Mobilgeräten als auch in kompatiblen Displays und IoT-Endpunkten. Knox bie-

tet unter anderem hardwarebasierte Verschlüsselung, sichere Startprozesse und kontinuierliche Integritätsprüfungen, die weit über einfache Firewall- oder Patch-Mechanismen hinausgehen.

Besonders relevant wird das in sensiblen Szenarien: von Kliniken über Leit- und Krisenzentren bis hin zur Notfallkommunikation. Über Trigger – etwa aus Brandmeldeanlagen – können Displays automatisch Evakuierungsinformationen anzeigen. In Control Rooms ermöglichen großformatige LED-Wände und Cloud-basierte Visualisierungslösungen einen gemeinsamen Lageüberblick, auch mobil.

KI mit Augenmaß

Künstliche Intelligenz ist auch im Signage-Umfeld allgegenwärtig. Samsung nutzt sie heute vor allem dort, wo sie messbaren Nutzen bringt: bei Bildoptimierung, Content-Erstellung oder der Vereinfachung komplexer Prozesse. Beispiele sind KI-gestützte Bildgenerierung in VXT oder die automatische 2D-zu-3D-Aufbereitung für Spatial Displays.

Gleichzeitig mahnt Chatterjee zur Zurückhaltung. Personalisierte Werbung auf Basis von Emotionserkennung sei nicht nur technisch, sondern auch regulatorisch problematisch. Der EU AI Act setze hier klare Grenzen – aus gutem Grund. Der Fokus liege daher auf KI als Assistenz, nicht als autonomer Entscheider.

Fazit: Technologie ist da, aber der Reifegrad entscheidet

Die ISE 2026 zeigte einen Markt im Übergang. Displays werden Plattformen, Signage wird IT, Gebäude werden intelligent. Doch Technik allein reicht nicht. Organisation, Governance, Sicherheit und Betrieb entscheiden darüber, ob Integration echten Mehrwert liefert.

Oder, wie es Amit Chatterjee indirekt zusammenfasst: Offenheit für neue Modelle, saubere Prozesse und ein realistischer Blick auf Nutzen und Grenzen sind entscheidender als die nächste technische Sensation. ■

Bild: AAVAA – shutterstock.com



Kurz erklärt

► SmartThings Pro ist Samsungs B2B-Plattform zur Vernetzung und Steuerung von Gebäudetechnik. Sie verbindet Displays, IoT-Geräte sowie Infrastruktur wie Licht, Klima und Sensorik in einer zentralen Oberfläche. Die Plattform erkennt automatisch die Funktionen angeschlossener Geräte und erstellt darauf basierend Dashboards und Steuerungsmöglichkeiten – ohne individuelle Programmierung. Typische Einsatzfelder sind Energie- und Verbrauchsmonitoring, Raum- und Belegungssteuerung, Geräteüberwachung sowie die Verknüpfung von Digital Signage mit Gebäudefunktionen. SmartThings Pro richtet sich an IT-Abteilungen, Facility Management und Betreiber von Smart Buildings.

Souveränität als Wettbewerbsvorteil

Abhängigkeiten von internationalen IT-Anbietern, geopolitische Risiken und neue Regulierungen verändern den Security-Markt. G Data CyberDefense reagiert mit Partner-Relaunch, Plattformstrategie und klarer Haltung zur digitalen Souveränität.

Autorin: Diana Künstler



► Digitale Souveränität ist für viele Unternehmen längst keine politische Debatte mehr, sondern eine Managemententscheidung mit wirtschaftlichen Folgen. Spätestens seit geopolitischen Spannungen, extraterritoriale Gesetzgebungen und neue regulatorische Anforderungen wie NIS2 oder der Cyber Resilience Act zusammenwirken, bewerten Unternehmen ihre IT-Abhängigkeiten neu. Studien wie der Bitkom-Report „Digitale Souveränität“, der BSI-Lagebericht oder Erhebungen von Eco und PwC zeigen übereinstimmend: Kontrolle über Daten, Transparenz über Lieferketten und Vertrauen in Anbieter werden zu harten Auswahlkriterien – insbesondere im Mittelstand und im Public Sector.

In dieses Umfeld fällt die strategische Positionierung von G Data CyberDefense (Eigenschreibweise „G DATA CyberDefense“). Der Bochumer Anbieter entwickelt seit rund 40 Jahren Sicherheitssoftware in Deutschland, betreibt eigene Rechenzentren und hält zahlreiche Softwarepatente. „Meine Daten bleiben in Deutschland“ ist dort kein kurzfristiger Marketingclaim, sondern seit Jahren gelebter Anspruch. „Diese Message ist heute mehr en vogue denn je“, sagt Nikolas Schran, seit Oktober Vice President Sales & Marketing.

Er verweist darauf, dass Unsicherheit im Markt nicht von den Anwendern selbst erzeugt werde. „Sobald diese Unsicherheit da ist – und die ist aktuell real –, brauchen Kunden eine Antwort.“ Für Schran ist das kein theoretisches Szenario, sondern tägliche Realität in Gesprächen mit Partnern und Kunden. Für viele Organisationen bedeute das, Sicherheitsentscheidungen nicht mehr allein nach Feature-Listen oder Preismodellen zu treffen, sondern nach Fragen von Vertrauen, Verlässlichkeit und rechtlicher Kontrolle.

Channel First als Konsequenz – nicht als Vertriebsmodell

Trotz wachsender Sichtbarkeit beim Endkunden bleibt G Data CyberDefense klar channelgetrieben. Rund 5.200 Partner bilden das Fundament der Marktbearbeitung. Für Schran ist das weniger Strategie als logische Folge einer simplen Frage: „Wer kennt den Kunden am besten? Das ist immer der Partner.“

Entsprechend versteht er Vertrieb, Marketing und PR nicht als getrennte Disziplinen, sondern als eine gemeinsame Go-to-Market-Organisation. Diese Einheit sei das Gesicht des Unternehmens nach außen und

Digitale Souveränität ist keine Ideologie, sondern eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit.



NIKOLAS SCHRAN,
Vice President Sales & Marketing
G Data CyberDefense



müsse sowohl Lob als auch Kritik aufnehmen. „Das hier ist keine Niko-Show“, betont Schran – und meint damit nicht Bescheidenheit, sondern Verantwortung für den Kunden. Nähe, Dialog und Erreichbarkeit seien essenziell. Dass Partner im Programm seine Handynummer finden können, ist bewusstes Signal: Feedback soll nicht gefiltert, sondern direkt adressiert werden.

Diese Haltung speist sich auch aus Schrans internationalen Erfahrungen. Stationen bei US-amerikanischen Anbietern hätten ihm gezeigt, wie konsequent Kundenorientierung gelebt werden kann. „20 Prozent der Zeit zuhören und 80 Prozent darauf verwenden, echte Probleme zu lösen. Das hat mich nachhaltig geprägt.“ Dieses Prinzip will er nun stärker in der Zusammenarbeit mit Partnern und in der internen Kultur verankern.

Relaunch des Partnerprogramms: Antwort auf einen veränderten Markt

Ein zentrales Vorhaben für 2026 ist der umfassende Relaunch des Partnerprogramms, der bis Ende des ersten Quartals abgeschlossen sein soll. Das bisherige Modell stammt aus einer Phase, in der klassische Endpoint Protection dominierte. Heute prägen XDR, Managed Services und SOC-Modelle den Markt. Viele Partner stehen unter massivem Margen- und Personaldruck – und erwarten von Herstellern mehr als Produktupdates. „Der Bedarf hat sich total verändert. Das Partnerprogramm von damals kann dem heute nicht mehr gerecht werden“, sagt Schran.

Künftig soll klar definiert sein, wer welche Rollen übernimmt: vom Reseller bis zum MSSP mit eigener Service-Tiefe. Dabei geht es ausdrücklich nicht nur um Margen. „Wenn es nur darum ginge, könnten wir das auf einem Onepager lösen“, so Schran. Entscheidender seien Fragen nach Service Leveln, Zusammenarbeit, Schulung und Enablement.

Gerade vor dem Hintergrund von Fachkräftemangel und Margendruck rückt Weiterbildung stärker in den Fokus. Die G Data Academy soll Partner befähigen, eigene Analysten, Consultants oder Service-Teams aufzubauen und weiterzuentwickeln. „Die Frage aus dem Channel ist nicht: Wie viel Prozent bekomme ich? Sondern: Wie kriegen wir unsere Kunden gemeinsam sicher?“ Genau darauf zielt das neue Programm ab.

Plattformisierung und KI: Sicherheit verständlich gemacht

Parallel zur Partnerstrategie treibt G Data CyberDefense die technologische Konsolidierung voran. Im Juni startet eine neue XDR-Plattform, die bestehende Endpoint-Lösungen ergänzt und perspektivisch B2B- sowie B2C-Welten zusammenführt. Ziel ist eine zentrale Plattform, über die Partner alle Kunden, Sicherheitsereignisse und eingesetzten Produkte verwalten können.

„Wir bedienen keine Enterprise-Konzerne mit großen SOC-Teams“, sagt Schran. Viele Kunden hätten kleine IT-Teams oder gar keinen dedizierten Administrator. Entsprechend müsse Security verständlich, visuell und handhabbar sein. Grafische Darstellungen von Angriffspfaden, KI-gestützte Automatisierung und klare Handlungsempfehlungen sollen Komplexität reduzieren. Ziel ist es, Komplexität aus dem Alltag der IT-Teams zu nehmen – nicht, sie weiter zu erhöhen.

KI spielt dabei eine doppelte Rolle: als Detection- und Automatisierungswerkzeug in der Security – und als Produktivitäts- sowie Internationalisierungshebel. Mehrsprachige Oberflächen, schnellere Skalierung und vereinfachte Administration sollen G Data CyberDefense helfen, auch außerhalb des deutschen Marktes zu wachsen, ohne die eigenen Werte zu verwässern.

Public Sector und Mittelstand: Zielbranchen mit besonderem Anspruch

Besonders großes Potenzial sieht G Data CyberDefense im Public Sector: von Bildung über Verwaltung bis Gesundheitswesen. Hier treffen hohe Schutzbedarfe auf knappe Budgets und komplexe Entscheidungsstrukturen. „Mit sehr überschaubaren Mitteln muss verdammt viel erreicht werden“, sagt Schran. Investitionen seien langfristig, Wechselkosten hoch. Entsprechend sorgfältig würden Entscheidungen getroffen.

Gerade hier spiele digitale Souveränität ihre Stärke aus. Transparenz über Datenhaltung, Entwicklung und Verantwortlichkeiten schaffe Vertrauen. Voraussetzung sei jedoch die Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern, die die Anforderungen öffentlicher Auftraggeber kennen und vor Ort verankert sind. Auch hier schließt sich der Kreis zur Partner- und Enablement-Strategie. ■

Bild: AAVAA – shutterstock.com



Kurz erklärt

► Digitale Souveränität beschreibt die Fähigkeit von Unternehmen und Behörden, IT-Systeme und Daten so zu betreiben, dass Kontrolle, Transparenz und rechtliche Sicherheit gewährleistet sind. Dazu zählen unter anderem Datenhaltung, Lieferketten, Abhängigkeiten von Anbietern sowie die Frage, wo Entwicklung und Support stattfinden.

Endpunkt-Sicherheit auf Enterprise-Niveau

Die Plattform verspricht laut Hersteller umfassenden Schutz für Unternehmen jeder Größe – mit KI-gestützter Erkennung, zentralem Management und hoher Skalierbarkeit. Wir haben die Lösung selbst getestet und zeigen, wie gut sie sich in der Praxis bewährt.

Autor: Thomas Joos Redaktion: Diana Künstler



► GravityZone basiert auf einem zentralen Control Center, das in der Cloud oder lokal betrieben werden kann. Für deutsche Kunden steht optional Hosting über Secunet zur Verfügung, wodurch Daten in souveränen Rechenzentren innerhalb Deutschlands verbleiben.

Über das Control Center lassen sich alle Endpunkte, Server und Sicherheitsrichtlinien zentral verwalten. Ein universeller Agent installiert sämtliche Module, von Malware- und Ransomware-Schutz über Netzwerkabwehr bis zur Gerätekontrolle, Verschlüsselung und Patch-Verteilung. Der Agent kann zusätzlich als Relay- oder Patch-Caching-Server agieren. Relay-Systeme benötigen SSD-Speicher und mindestens zehn Gigabyte freien Platz, Patch-Caching-Server darüber hinaus rund hundert Gigabyte, um Update-Pakete vorzuhalten. Die Engine kombiniert signaturlöse Analyse, heuristi-

sche Verfahren, KI-basierte Verhaltensprüfung und cloudgestützte Reputationsdienste. Ein wichtiger Bestandteil ist der Process Inspector, der Systemprozesse in Echtzeit überwacht und unerwünschte Aktionen automatisch beendet. Ergänzend verhindert der Advanced Anti-Exploit Angriffe über Schwachstellen in Anwendungen oder Browsern. Die Sandbox Analyzer-Komponente führt unbekannte Dateien in einer isolierten Umgebung aus, um ihr Verhalten zu bewerten. Die Ergebnisse werden automatisch an das Control Center übermittelt und in die Risikobewertung integriert.

Das Risikomanagement-Modul bewertet kontinuierlich den Sicherheitsstatus aller Endgeräte. Es erkennt Fehlkonfigurationen, gefährliche Anwendungen, unsichere Benutzeraktionen oder ausstehende Patches und priorisiert sie nach Schweregrad. Administratoren kön-

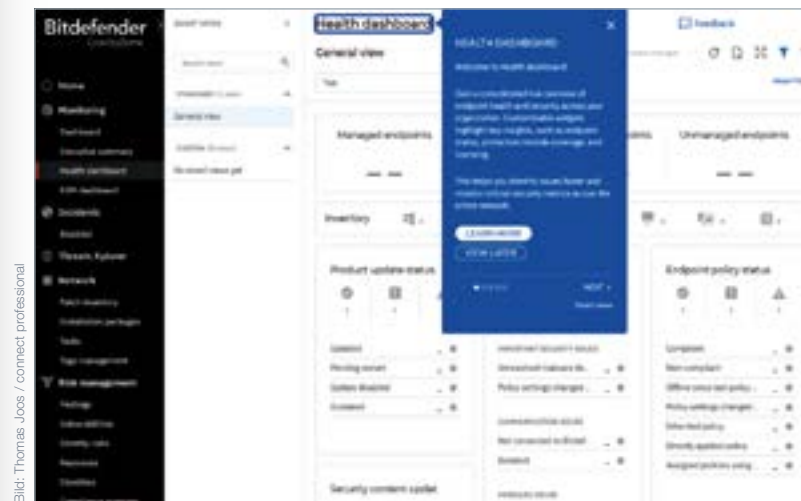


Bild: Thomas Joos / connect professional

nen automatisierte Abhilfemaßnahmen aktivieren, um Schwachstellen sofort zu schließen. Die Adaptive Anomaly Control analysiert Verhaltensmuster und reagiert bei Abweichungen mit Blockierung oder Warnung. Dadurch werden auch interne Risiken oder fehlerhafte Benutzeraktionen erkannt. Diese Funktion hilft insbesondere kleineren Unternehmen, bei denen kein eigenes IT-Security-Team vorhanden ist.

Ransomware-Abwehr und Netzwerkverteidigung

Bitdefender kombiniert mehrere Schutzebenen gegen Ransomware: maschinelles Lernen, Verhaltensanalyse, HyperDetect-Technologie und manipulationssichere Backups. Das System legt automatisch Sicherungskopien wichtiger Dateien an und stellt sie bei Bedarf wieder her. Parallel blockiert Network Attack Defense Portscans, Brute-Force-Angriffe und Exploit-Versuche.

Integrierte Firewall-Mechanismen regeln den Datenverkehr, trennen interne und externe Verbindungen und verhindern unautorisierte Kommunikation. Für Windows-Systeme stehen erweiterte Richtlinienprofile bereit, macOS und Linux setzen auf Kernel-basierte Filter.

Infrastrukturkompatibilität

Bitdefender deckt alle gängigen Betriebssysteme ab: Windows 7 bis 11, Windows Server 2008 R2 bis 2025, macOS bis Sequoia sowie über vierzig Linux-Distributionen (RHEL, Ubuntu, Debian, CentOS, Fedora, SLES, AlmaLinux, Rocky Linux). Auch ARM64-Systeme werden unterstützt, mit Einschränkungen bei Patch-Management und Relay-Rollen. Unter Linux sind On-Access-Scans über Fanotify integriert, ältere Kernel greifen auf DazukoFS zurück. Unterstützte Dateisysteme reichen von NTFS, EXT4 und APFS bis zu ZFS und OverlayFS.

Bitdefender ist vollständig kompatibel mit VMware vSphere und vCenter (6.5 bis 8.0), Microsoft Hyper-V, Citrix Xen (7.1 bis 8.4), Proxmox 9, Nutanix Prism, Oracle VM, Red Hat Virtualization und OpenShift (4.13 bis 4.17). Für Container-Umgebungen werden Docker, Kubernetes, RKE2 und Amazon EKS unterstützt. Die Security-Server-Komponente, eine vorkonfigurierte virtuelle Appliance auf Ubuntu 24.04 LTS, übernimmt

zentrale Scans und entlastet Endpoints. Empfohlen ist eine Appliance pro physischem Host, um die Latenz unter 50 Millisekunden zu halten.

Performance, Lastverhalten, Traffic

Produkt-Updates verursachen pro Endpoint durchschnittlich 20 MB Traffic unter Windows, 25 MB unter macOS und 26 MB unter Linux. Die täglichen Signatur-Updates liegen zwischen 55 und 65 MB, Relay-Clients laden rund 16 MB pro Tag. Zwischen Endpoint und Konsole entstehen etwa 600 Kilobyte Verwaltungsdaten täglich. Die Kommunikation nutzt TLS 1.3 mit modernen Cipher-Suites (ECDHE, AES-GCM bis 256 Bit).

Zertifikate werden über DigiCert bereitgestellt, die Installation verlangt aktuelle Root-Zertifikate und SHA256-Signaturen. Auf älteren Systemen wie Windows 7 oder Server 2008 R2 muss der Universal C Runtime aktiviert sein.

Die Bitdefender-Agenten erfordern mindestens zwei vCPUs und zwei Gigabyte RAM, empfohlen sind vier vCPUs und acht Gigabyte bei aktivierten EDR-Modulen. Die Netzwerkverbindung zur Cloud darf höchstens eine Sekunde betragen. Im Betrieb zeigte sich, dass Vollscans durch effizientes Caching und Cloud-Offloading ►

Bitdefender GravityZone Business Security Premium

POSITIV

- Sehr hohe Schutzrate von 99,8 Prozent im AV-Comparatives-Test 2025 bei minimaler Fehlalarmquote
- Mehrschichtige Architektur mit KI, Verhaltensanalyse, Sandbox und Ransomware-Abwehr in einer zentralen Plattform
- Integriertes Risiko- und Schwachstellenmanagement mit automatischer Priorisierung und Abhilfeschlägen
- Breite Systemunterstützung für Windows, macOS, Linux, virtuelle und Cloud-Umgebungen bei moderater Systemlast

NEGATIV

- Erweiterte Module wie Patch-Management, E-Mail-Sicherheit und Verschlüsselung erfordern separate Lizenzen
- Einige Premium-Funktionen (Firewall, Device Control) nur für Windows verfügbar
- Web-Konsole bei großen Datenbeständen teilweise träge in der Reaktionszeit
- Relay- und Caching-Server benötigen SSDs und zusätzliche Hardware-Ressourcen

connect professional

Urteil: **sehr gut**

kaum Systemleistung beanspruchen. Trotz mehrschichtiger Erkennung bleibt die Reaktionszeit der Endgeräte hoch, was für produktive Umgebungen entscheidend ist.

Ergebnisse im AV-Comparatives-Test 2025

Im Business Security Test März bis Juni 2025 erzielte Bitdefender eine Schutzrate von 99,8 Prozent im Real-World-Protection-Test bei nur einem Fehlalarm. In der Malware-Protection-Prüfung lag der Wert bei 99,6 Prozent, ebenfalls ohne Falschmeldungen auf Geschäftsanwendungen. Der Impact-Score von 32,8 zeigt eine moderate Systemlast, der UL-Procyon-Wert von 89,2 Punkte ordnet Bitdefender oberhalb der mittleren Leistungsgruppe ein. Im Vergleich zu den sechzehn weiteren getesteten Anbietern positionierte sich Bitdefender unter den drei besten Produkten insgesamt.

Editionen und Lizenzierung

Bitdefender bietet drei Editionen, die sich in Funktionsumfang und Zielgruppe unterscheiden:

- **Small Business Security:** Basisschutz für bis zu 100 Geräte, zentrale Verwaltung und einfache Richtliniensteuerung, ideal für kleine Unternehmen ohne IT-Abteilung.
- **Business Security:** erweiterte Netzwerk- und Gerätekontrolle, E-Mail-Schutz und Risikoanalyse für wachsende KMU.
- **Business Security Premium:** umfassender Schutz mit HyperDetect, Sandbox Analyzer, Angriffsforensik, Schwachstellenanalyse und erweitertem Exchange-Schutz.

Die Premium-Version kostet etwa 560 Euro netto pro Jahr für zehn Geräte inklusive bis zu vier Servern und fünfzehn Postfächern. Der reguläre Preis von 800 Euro entspricht einer Ersparnis von 30 Prozent. Für größere Installationen stehen Staffelpreise und Volumenlizenzen bereit. Eine kostenlose 30-tägige Testversion mit vollem Funktionsumfang kann mit wenigen Klicks aktiviert und anschließend ohne Neuinstallation in eine Produktivlizenz umgewandelt werden.

Fazit

Bitdefender GravityZone Business Security Premium kombiniert KI-basierte Erkennung, adaptive Verteidigung und umfangreiche Risikoanalyse in einer integrierten Plattform. Die Ergebnisse im AV-Comparatives-Test 2025 zeigen, dass kein anderes Produkt im Feld eine ähnlich hohe Schutzrate bei gleichzeitig niedriger Fehlalarmquote und stabiler Performance erreichte.

Mit den zusätzlichen Zertifizierungen und Auszeichnungen aus unabhängigen Vergleichen, den erweiterten Schutzfunktionen und der klar strukturierten Verwaltung liefert Bitdefender eine Lösung, die sowohl für KMU als auch für große Organisationen geeignet ist.

Die Plattform vereint Enterprise-Sicherheit mit der einfachen Handhabung, die kleinere Unternehmen benötigen. Sie bleibt dabei skalierbar, auditierbar und datenschutzkonform. Wer seine IT-Infrastruktur ohne komplexe Zusatzsysteme zuverlässig absichern will, findet in Bitdefenders Lösung eine umfassende, praxisgerechte und technisch ausgereifte Antwort.

Produkt Anbieter	Bitdefender GravityZone Business Security Premium
Webseite	www.bitdefender.com/de-de/business/products/gravityzone-premium-security
Kriterium	Kommentar und Bewertung
Funktionale Ausstattung (max. 40 Punkte)	34 Punkte
Plattformunterstützung Windows, macOS, Linux und Server	Die Verhaltensanalyse arbeitete KI-gestützt und erkannte selbst dateilose Bedrohungen präzise
Signaturbasierte Erkennung	Ransomware-Schutz griff frühzeitig ein und stellte verschlüsselte Dateien automatisch wieder her
Heuristik und Machine Learning	Network Attack Defense stoppte Brute-Force- und Portscan-Angriffe effektiv im lokalen Netz
Verhaltenserkennung HIPS	Das Risikomanagement priorisierte Schwachstellen automatisch und leitete sofortige Abhilfen ein
Deception Technology	Die forensische Darstellung lieferte vollständige Prozessketten mit klarer Angriffs-Chronologie
Remote Ransomware Protection	Die Cloud-Konsole ermöglichte zentrale Steuerung aller Endpunkte, zeigte aber bei großen Datenmengen leichte Verzögerungen
Firewall mit IDS und HIDS	Richtlinien ließen sich präzise definieren und dynamisch anpassen, inklusive Ausnahmen für spezifische Systeme
Anti-Phishing und Webfilter	Die Integration in VMware-, Hyper-V- und Cloud-Umgebungen erfolgte ohne zusätzliche Anpassungen
SIEM-Integration	Die Lösung skalierte problemlos auf große Netzwerke und mandantenfähige Umgebungen
Offline-Updates	Datenschutz und Hosting über Secunet gewährleisten DSGVO-Konformität mit europäischer Datenhaltung
Verwaltung & Usability (max. 25 Punkte)	24 Punkte
On-Prem-Konsole mit integriertem Webserver	Die lokale GravityZone-Konsole bietet vollständige Kontrolle über alle Sicherheitsrichtlinien und integriert einen stabilen Webserver für den internen Zugriff
Policy-Granularität und Rollenmodell	Bitdefender erlaubt fein abgestufte Richtlinien mit klarer Rollenverteilung und mehrstufigem Berechtigungssystem
Agent-Rollout und Updateverwaltung	Der Agent kann zentral ausgerollt und automatisch aktualisiert werden, Updates lassen sich zeitlich und nach Standort steuern
Reporting und Ereignisketten	Das Dashboard visualisiert Ereignisketten detailliert und zeigt Zusammenhänge zwischen Prozessen, Benutzern und Systemen
Automatische Updates	Sicherheits- und Signatur-Updates werden täglich über den Bitdefender-Clouddienst verteilt und erfordern keine manuellen Eingriffe
Mandantenfähigkeit beziehungsweise Bereichstrennung	Die Plattform unterstützt klar getrennte Mandantenbereiche, ideal für Dienstleister und Unternehmen mit mehreren IT-Segmenten
Benachrichtigungssystem E-Mail	Administratoren werden über sicherheitsrelevante Ereignisse, Richtlinienänderungen und erkannte Bedrohungen automatisch per E-Mail informiert
Performance & Kompatibilität (max. 15 Punkte)	13 Punkte
Systemauslastung im Leerlauf	Im Leerlauf blieb die CPU-Belastung konstant niedrig, Hintergrundprozesse arbeiten ressourcenschonend
Performance bei Echtzeitscan	Echtzeitscans liefen effizient, ohne die Reaktionszeit des Systems spürbar zu beeinträchtigen
UL Procyon Office Productivity Score	Im Benchmark erreichte Bitdefender 89,2 Punkte und blieb damit nur leicht unter der Spitzengruppe
Gesamt-Impact laut AV-Comparatives	Der gemessene Impact-Score von 32,8 zeigt eine moderate Systemlast bei gleichzeitig hoher Schutzwirkung
Kompatibilität mit Drittsystemen	Die Lösung lässt sich nahtlos in Active Directory, VMware, Hyper-V und Microsoft 365 integrieren
Zusatzfunktionen & Datenschutz (max. 10 Punkte)	10 Punkte
Safe Mode Protection	Der Schutz bleibt selbst im abgesicherten Modus aktiv und verhindert Änderungen an Sicherheitsdiensten
SafeSurf Browser- und Reputationsschutz	SafeSurf schützt Anwender beim Surfen vor Phishing-Seiten und infizierten Downloads in Echtzeit
Transparente Datenschutzrichtlinien	Bitdefender legt Datenflüsse offen, nutzt europäische Rechenzentren und verarbeitet keine sensiblen Kundendaten außerhalb der EU
Lizenzierung & Kostenstruktur (max. 10 Punkte)	10 Punkte
Transparenz Lizenzmodell	Die Lizenzierung erfolgt pro Gerät, transparent nach Laufzeit und Funktionsumfang
Kostenlose Testversion verfügbar	Produkt lässt sich umfangreich und kostenlos testen
Supportkanäle und Erreichbarkeit	Schneller Support
Gesamtbewertung (max. 100 Punkte)	91 Punkte (sehr gut)

Benchmark-Angaben beziehen sich auf den Business Security Test (März bis Juni 2025) von AV-Comparatives.org, alle Angaben ohne Gewähr.

KI lässt globale Rechenzentrumskapazitäten explodieren

KI führt zu einem massiven Anstieg der weltweiten Rechenzentrumskapazitäten. Das belegen neueste Daten von Synergy Research. Danach ist nicht nur die Zahl der von den Hyperscalern betriebenen Datacenter enorm gewachsen, sondern auch der US-Anteil. Allein Amazon, Microsoft und Google beherrschen 58 Prozent des Marktes.

Autorin: Michaela Wurm

► Künstliche Intelligenz benötigt jede Menge Rechenpower. Kein Wunder, dass die Zahl der Rechenzentren und deren Kapazitäten ungebremsst weltweit wachsen.

Neue Daten der Synergy Research Group zeigen, dass das vor allem für Anlagen der Hyperscaler gilt. Danach ist im 3. Quartal 2025 die Zahl der von Hyperscale-Anbietern betriebenen großen Rechenzentren weltweit auf 1.297 gestiegen und hat sich damit seit Anfang 2018 fast verdreifacht. Im gleichen Zeitraum hat sich die Gesamtkapazität mehr als vervierfacht, da auch die durchschnittliche Größe der Rechenzentren weiter zunimmt.

Während das starke Wachstum den Hyperscale-Markt schon seit Langem prägt, haben die Analysten noch eine Besonderheit festgestellt: Seit der Einführung von ChatGPT Ende 2022 seien zudem einige der wichtigsten Kennzahlen aufgrund aggressiver KI-Initiativen sprunghaft angestiegen.

So sind laut Synergy Research in den letzten drei Jahren die vierteljährlichen Investitionsausgaben der Hyperscale-Betreiber massiv angestiegen – allein um fast 180 Prozent auf 142 Milliarden US-Dollar im dritten Quartal des Jahres 2025. Dies habe zu einem vergleichbaren Anstieg der pro Quartal hinzugefügten Betriebskapazität um 170 Prozent geführt.

Durch die KI-getriebene Expansion habe sich auch der Anteil der USA an der weltweiten Hyperscale-Betriebskapazität erhöht. Die USA machen nun 55 Prozent der weltweiten Betriebskapazität von Hyperscale-Rechenzentren aus, gegenüber 52 Prozent vor drei Jahren, und festigen damit ihre Position als dominierender Knotenpunkt für groß angelegte Rechenzentrumsinfrastrukturen.

Die „Big 3“ dominieren den Markt

Die Untersuchung basiert auf einer Analyse der Rechenzentrumsfläche von 21 der weltweit größten Cloud- und Internetdienstleister, darunter die größten Anbieter in den Bereichen SaaS, IaaS, PaaS, Suche, soziale Medien, E-Commerce und Gaming. Die Unternehmen mit

der größten Rechenzentrumsfläche sind laut Synergy Research die führenden Cloud-Anbieter – Amazon, Microsoft und Google.

Neben einer enormen Präsenz von Rechenzentren in ihrem Heimatmarkt USA verfügt jedes dieser Unternehmen auch über mehrere Rechenzentren in vielen anderen Ländern weltweit. Insgesamt machen die drei Unternehmen mittlerweile 58 Prozent der gesamten Hyperscale-Rechenzentrumskapazität aus. Auf den weiteren Plätzen folgen Meta, Alibaba, Tencent, Oracle, Apple, ByteDance und andere relativ kleinere Hyperscale-Betreiber.

Noch mehr Rechenzentren in der Pipeline

Die Wachstumsprognosen von Synergy basieren zum großen Teil auf der Pipeline der geplanten Rechenzentren von Hyperscale-Betreibern. Die bekannte Pipeline zukünftiger Hyperscale-Rechenzentren von Synergy umfasst derzeit 770 Einrichtungen, die sich in verschiedenen Phasen der Planung, des Baus oder der Ausstattung befinden.

„Im dritten Quartal sind fast alle wichtigen Kennzahlen für das Wachstum im Hyperscale-Bereich im Vergleich zum Vorjahr gestiegen“, erklärt John Dinsdale, Chefanalyst bei Synergy Research Group. „Die Wachstumsraten stiegen bei der Eröffnung von Rechenzentren, der operativen Kapazität in Megawatt, den Investitionen in Rechenzentren, den Unternehmensumsätzen und den Cloud-spezifischen Umsätzen. Wir haben auch eine erhebliche Ausweitung der bekannten zukünftigen Pipeline festgestellt.“

Auf der Grundlage dieser Analyse habe Synergy seine Fünfjahresprognose für mehrere Kernkennzahlen nach oben korrigiert, so Dinsdale. „Das Unternehmen geht nun davon aus, dass sich die Gesamtkapazität der Hyperscale-Rechenzentren in etwas mehr als zwölf Quartalen verdoppeln wird, was das Ausmaß und die Geschwindigkeit unterstreicht, mit der KI-gesteuerte Infrastrukturinvestitionen die globalen Cloud-bezogenen Märkte umgestalten.“



CloudFest 2026

23.–26. März 2026 | Europa-Park | Stand D02

Meet us at
CloudFest 2026

dexxIT

micron®



 **Buchen Sie
Ihren Termin jetzt!**

In Zeiten der Unsicherheit liefern wir Stabilität!

Sichern Sie sich Ihre Expertensprechstunde
auf dem CloudFest 2026 –
»Micron Connect — Ask the Experts«

In Zeiten der Unsicherheit liefern wir Stabilität!
Deswegen laden wir Sie herzlich zu Ihrer
individuellen Expertensprechstunde ein.
Unser erfahrenes Team bei dexxIT und die
Field Agent Engineers von Micron unterstützen
Sie bei Ihren Projekt-Anforderungen.
Von SMB bis Hyperscaler – wir haben die
passende Lösung.

JETZT TERMIN SICHERN

Marcel Futterer und Michael Thedens
Brand Manager Enterprise dexxIT



NEW IMAGING

PRINTING

SUPPLIES

ELECTRONICS

MOBILE COMPUTING

STORAGE

CONSUMER ELECTRONICS

**Sie brauchen Unterstützung bei Ihrem Projekt?
Unsere dexxIT-Spezialisten beraten Sie gerne!**

www.dexxit.de | Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg
Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



dexxIT
DISTRIBUTION
OHNE UMWEGE 

TAROX



Nicht nur gebaut. Durchdacht. TAROX ParX T24 G9v2-I

Weil Verlässlichkeit nicht nur Herkunft,
sondern Haltung ist.



Wechseln Sie jetzt zu Windows Server 2025.

Hier mehr
erfahren



Engineered in Germany.
Made for Trust.



600 ML VOLUMEN –
RIESIGE ANSCHLUSSVIELFALT



FANLESS



HDMI 2.0



NVME SSD



OPERATION



USB 3.2 10 GBIT



VESA MOUNT

XPC NANO NE10N

- Ausgestattet mit Intel N100 Prozessor (12. Generation, Alder Lake-N)
- Dual-Display-Unterstützung: 1× HDMI 2.0b, 1× DisplayPort 1.4
- Gigabit-Ethernet, Wi-Fi-fähig (M.2-Steckplatz mit vorinstallierten Antennen)
- 4× USB 3.2 Gen 2 (10 Gbit/s), 2× USB 2.0
- Unterstützt bis zu 16 GB DDR4 SO-DIMM
- 1× M.2-2280 (NVMe/SATA), 1× M.2-2230 für WLAN
- Wand-/VESA-Halterung mitgeliefert

€ 149,-*

GEMACHT FÜR IHREN ALLTAG

Der Shuttle XPC nano NE10N vereint moderne Rechenleistung auf minimalem Raum. Ausgestattet mit dem effizienten Intel-N100-Prozessor bietet dieses lüfterlose Mini-PC-Barebone die perfekte Plattform für vielfältige Business-Anwendungen – von digitalen Anzeigelösungen bis hin zu Steuerungssystemen im industriellen Umfeld. Trotz seines kompakten Volumens von nur 600 ml unterstützt der NE10N den gleichzeitigen Betrieb von zwei UHD-Displays, stellt sechs USB-Ports (darunter 4× USB 3.2 Gen 2 mit 10 Gbit/s) bereit, bietet Gigabit-LAN sowie Erweiterungsmöglichkeiten für WLAN über einen M.2-Slot. Dank mitgelieferter VESA-Halterung lässt sich das System platzsparend montieren – ideal für den wartungsarmen 24/7-Betrieb.

Vielseitigkeit und Leistung entdecken: WWW.SHUTTLE.EU

* Empfohlener Händlereinkaufspreis in Euro bei offiziellen Shuttle Distributoren.
Abgebildetes Zubehör nicht im Lieferumfang enthalten. Änderungen vorbehalten.



TIPP: Ihr NE10N – so individuell wie Ihr Projekt! Nutzen Sie unseren Produktkonfigurator und passen Sie Ihr Barebone perfekt an Ihre Anforderungen an.
go.shuttle.eu/MXrXu



Shuttle®

Highlights aus dem Testlabor



alle images: Jörg Koch

Ob Smartphone, IP-Telefon oder Whiteboard: Die Auswahl quer durch die Produktkategorien ist groß. Orientierungshilfe können objektive Tests geben, wie sie im WEKA-eigenen Testlab unter anderem für connect professional entstehen. 2022 wurde das Labor zudem mit einem 5G-Messsystem fit für die Zukunft gemacht.



Unser B2B-Testportfolio:

- Cloud-PBX
- Coworking-Spaces
- Interaktive Whiteboards
- Internet & Festnetz
- IP-Telefone
- Managed Security Services
- Meetingraum-Lösungen
- Mini-PCs
- Mobilfunk
- Monitore
- NAS-Backup
- Outdoor-Tablets
- Router
- Ruggedized Smartphones
- Server-Virtualisierung
- Speakerphones
- Videobars
- VM-Backup
- VPN-Clients
-



<https://www.connect-professional.de/schwerpunkte/tests-studien/>



IDEAL FÜR MODERNE ARBEITSUMGEBUNGEN



TRIPLE DISPLAY



2.5 GBIT + 1 GBIT



UP TO 96 GB



REMOTE ON



HDMI 2.1



2x RS-232



USB 4



AI ACCELERATED

CORE ULTRA 200, KOMPRIMIERT AUF 1,3 LITER

Das XPC Barebone DH810 vereint die Leistung aktueller Intel Core Ultra 200 Prozessoren („Arrow Lake-S“) mit integriertem KI-Beschleuniger (NPU) in einem nur 1,3 Liter kleinen Metallgehäuse. Ausgestattet mit dem Intel H810-Chipsatz unterstützt er bis zu drei UHD-Displays – inklusive 8K über HDMI 2.1 – und bietet eine vielseitige Anschlussvielfalt mit dualtem Intel-Netzwerk, acht schnellen USB-Ports und zwei COM-Schnittstellen. Dank robustem Aufbau, optimiertem Heatpipe-Kühlsystem, VESA-Halterung und Freigabe für den Betrieb bis 50 °C eignet es sich ideal für professionelle Anwendungen wie KI-gestützte Office-Lösungen, anspruchsvollen Digital-Signage-Content und selbst für raue Industrieumgebungen.

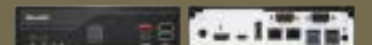
Mehr erfahren und Modelle vergleichen: WWW.SHUTTLE.EU



TIPP: Ihr DH810 – so individuell wie Ihr Projekt! Nutzen Sie unseren Produktkonfigurator und passen Sie Ihr Barebone perfekt an Ihre Anforderungen an: go.shuttle.eu/XEK7H



* Empfohlener HEK bei offiziellen Shuttle Distributoren, zzgl. USt. Änderungen vorbehalten.



XPC SLIM DH810

- Intel H810 Chipsatz, LGA1851, Core Ultra 200 CPUs bis 65 W TDP
- Bis zu 96 GB DDR5-5600
- HDMI 2.1 (8K-fähig), DisplayPort 1.4a, USB-C mit DP/USB4
- 1x M.2-2280 (PCIe 4.0) + 1x 2,5"-SATA
- 2x COM, Dual Intel LAN (2,5 Gbit/s + 1 Gbit/s)
- Wand-/VESA-Halterung inklusive

€ 268,-*

DEMNÄCHST VERFÜGBAR



XPC SLIM DB860

- Unterschiede zum DH810:
- Intel B860 Chipsatz
 - Bis zu 4 unabhängige Displays (HDMI 2.1 + HDMI 2.0 + DP + USB-C)
 - M.2-2280 mit PCIe 5.0-Unterstützung
 - 8x USB 3.2 (4x Gen2, 4x Gen1)

Shuttle



Netzwerkzubehör/RZ-Ausstattung



NEFTEC

Zeisigweg 31, 50829 Köln, Fred Tegtmeier
Telefon: +49 221 88 88 8-765 F: -764
E-Mail: info@nefttec.de
Homepage: www.nefttec.de
Service: Qualitativ hochwertige passive Kupfer- und LWL Komponenten für FTTx-, LAN- und Telekommunikations-Anwendungen. Individuelle kundenspezifische Sonderkonstruktionen wie auch Standard Komponenten: Adapter-/Patchkabel, Spleißboxen, Faser-/Kabelpigtails APC, MTP usw runden unser Lagersortiment ab.



ServiceNet EDV

Vertriebsgesellschaft GmbH
Provinzialstraße 40, 53859 Niederkassel
Telefon: 0228/7228-0
E-Mail: info@lichtleiterkabel.com

Homepage: www.lichtleiterkabel.com
Ihr Spezialist für LWL-Kabel und Sonderkonfektionen. Anschlussfertige LWL-Kabel in jeder benötigten Ausführung, mit allen Steckern (LC, SC, ST, FC, DIN, E2000®, MTP®, MPO, etc.) in jeder gewünschten Länge. Datenkabel in Standardlängen (Kupfer bis 100 m/Glasfaser bis 500 m) sofort ab Lager lieferbar.



Dätwyler IT Infra GmbH

Auf der Roos 4-12, 65795 Hattersheim
Telefon: +49 (0)6190 8880-0, Fax: +49 (0)6190 8880-80
E-Mail: info.itinfra.de@datwyler.com
Homepage: www.ITinfra.datwyler.com
Dätwyler ist Entwickler, Hersteller und – gemeinsam mit kompetenten Partnern – Komplettanbieter von hochwertigen **IT-Infrastrukturlösungen** für **Rechenzentren, Glasfasernetze** (FTTx) und **intelligente Gebäude**, inklusive Software und Services.

Rosenberger

Rosenberger-OSI GmbH & Co. OHG

Optical Solutions & Infrastructure
Endorferstraße 6, 86167 Augsburg
Telefon: 0821/24924-0
E-Mail: info-osi@rosenberger.com
Homepage: www.rosenberger.com/osi
Seit 1991 ist Rosenberger OSI ein anerkannter Experte für glasfaserbasierte Verbindungstechnik, Verkabelungslösungen und Infrastruktur-Services in den Bereichen Rechenzentren, Lokale Netzwerke, Mobilfunknetze und Industrielle Anwendungen. Als integrierter Lösungsanbieter verfügen wir über hohe Expertise in der Entwicklung und operative Exzellenz in der Produktion von Systemlösungen für Kommunikationsnetze. Unsere umfassenden Serviceleistungen ermöglichen den sicheren und effizienten Betrieb digitaler Infrastrukturen.



LWL-Sachsenkabel GmbH

Hauptstraße 110, 09390 Gornsdorf
Telefon: +49 (0)3721 39 88-0
E-Mail: anfrage@sachsenkabel.de
Homepage: www.sachsenkabel.de
Die LWL-Sachsenkabel GmbH steht für mehr als 30 Jahre Kompetenz in Glasfaser. Basierend auf langjähriger Erfahrung und höchsten Qualitätsansprüchen entwickelt und fertigt Sachsenkabel leistungsfähige sowie wirtschaftliche Verkabelungssysteme für Rechenzentren. Unser Team von Experten unterstützt Sie bei allen Herausforderungen, von der Planung über die Implementierung bis zum Betrieb Ihres Rechenzentrums. So entstehen maßgeschneiderte Kundenlösungen, die Ihnen zwei entscheidende Faktoren garantieren: absolute Betriebs- und Zukunftssicherheit.

Serverschränke



dtm group

Benzstraße 1, 88074 Meckenbeuren
Telefon: +49 (0) 7542 9403 0
E-Mail: info@dtm-group.de
Homepage: dtm-group.de
Wir sind die Manufaktur der Moderne auf dem Gebiet der IT. Unsere Stärke ist die Verknüpfung handwerklicher Perfektion mit neuester Technologie. Durch Innovations- und Entwicklungsarbeit am Standort Meckenbeuren und dem Forschungs-RZ in Schweden kreieren wir intelligente Lösungen für Technologietrends im Bereich Rechenzentrum & IT-Verkabelung. Dank unserer unterschiedlichen Kernkompetenzen können wir die komplette IT-Infrastruktur für Unternehmen umsetzen und Kunden von der Planung bis zum After-Sales-Service aus einer Hand betreuen. Wir beschäftigen Mitarbeiter mit hohem Spezialisierungsgrad und legen großen Wert auf deren Aus- und Weiterbildung.

Verkabelungsspezialisten



Dätwyler IT Infra GmbH

Auf der Roos 4-12, 65795 Hattersheim
Telefon: +49 (0)6190 8880-0, Fax: +49 (0)6190 8880-80
E-Mail: info.itinfra.de@datwyler.com
Homepage: www.ITinfra.datwyler.com
Dätwyler ist Entwickler, Hersteller und – gemeinsam mit kompetenten Partnern – Komplettanbieter von hochwertigen **IT-Infrastrukturlösungen** für **Rechenzentren, Glasfasernetze** (FTTx) und **intelligente Gebäude**, inklusive Software und Services.



Sommer cable GmbH

Humboldtstraße 32 – 36, 75334 Straubenhardt
Telefon: 07082/49133-0
E-Mail: info@sommmercable.com
Homepage: www.sommmercable.com
Intelligente Verkabelungs- & Installationslösungen. Modulare, kundenspezifische Verteilsysteme (Rack-, Tisch-, Boden- & Wandintegration) für Audio-/Video-/Netzwerk- & Medientechnik. CPR-Meterware, Hybridleitungen, zertifizierte Steckverbinder, Trunk- und Anschlusskabel, CAT.8 – 40Gbit-Komponenten, Elektronik-Komponenten uvm.

Netzwerkdienstleister



Frings Building Solutions GmbH

Herr André Rütters, Leitung Vertrieb
Kleinhülsen 42, 40721 Hilden
Telefon: 02103 / 58 77 -180
E-Mail: andre.ruetters@frings-solutions.de
Homepage: www.frings-solutions.de
Services: Netzwerk- & Systemlösungen, bundesweit. Projektierung, Installation, 24h-Service, LAN/WAN; Installation, Betrieb & Wartung aktiver & passiver Netzwerke, Kupfer- & LWL-Verkabelungssysteme. Zertifiziert u.a. Dätwyler, Leoni, Corning, HPE aruba Networking, Axis, Cisco, HPE uvm. Bundesweite Standorte: Düsseldorf, Frankfurt a.M., Worms, München, Hannover, Berlin, Hamburg



TP Networks Dienstleistungs GmbH

Herr Endres, Abteilungsleiter IT-Dienstleistungen
Klausenburger Str. 9, 81677 München
Telefon: 089/357151-0, Fax: 089/357151250
E-Mail: info@tpnetworks.de
Homepage: www.tpnetworks.de, www.sicher-daten-entsorgen.de
Service: Projektierung, Installation und Wartung von aktiven und passiven Netzwerken, WLAN-Ausleuchtung und Messung, IT/RZ-Umzüge und Geräte Logistik, Dokumentation FNT Command, Datenträgervernichtung

USV-Anlagen



Riello UPS GmbH

Wilhelm-Bergner-Straße 9b, 21509 Glinde
Telefon: 040/527211-0, Fax: 040/527211-200
E-Mail: vertrieb@riello-ups.de
Homepage: www.riello-ups.de
Die Riello UPS GmbH bietet USV-Anlagen mit Leistungen von 400 VA bis 6,4 MVA, individuelle Beratung sowie einen kompetenten Werkskundendienst.

Rechenzentrum



dtm group

Benzstraße 1, 88074 Meckenbeuren
Telefon: +49 (0) 7542 9403 0
E-Mail: info@dtm-group.de
Homepage: dtm-group.de
Wir sind die Manufaktur der Moderne auf dem Gebiet der IT. Unsere Stärke ist die Verknüpfung handwerklicher Perfektion mit neuester Technologie. Durch Innovations- und Entwicklungsarbeit am Standort Meckenbeuren und dem Forschungs-RZ in Schweden kreieren wir intelligente Lösungen für Technologietrends im Bereich Rechenzentrum & IT-Verkabelung. Dank unserer unterschiedlichen Kernkompetenzen können wir die komplette IT-Infrastruktur für Unternehmen umsetzen und Kunden von der Planung bis zum After-Sales-Service aus einer Hand betreuen. Wir beschäftigen Mitarbeiter mit hohem Spezialisierungsgrad und legen großen Wert auf deren Aus- und Weiterbildung.

Telefonielösungen



Frings IT Solutions GmbH,

Christian Gaul, Leitung Vertrieb
Kleinhülsen 42, 40721 Hilden
Telefon: 02103 / 58 77 -105
E-Mail: kontakt@frings-solutions.de
Homepage: www.frings-solutions.de
IT-Systemhausgruppe, MS Office 365 + Teams, Cloud- und Backup-Services, IP-Telefonie aus dem eigenem Rechenzentrum. Print- & Dokumenten-Management, ITIL-Help-Desk-24h-Service, bundesweiter Field-Service, Zertifiziert u.a. Swyx by Enreach, Cisco, Microsoft, Starface, Citrix, AudioCodes, Baramundi und HPE. Bundesweite Standorte: Düsseldorf, Frankfurt, Worms, München, Hannover, Berlin, Hamburg, Bremen

PDU



PROCOM GmbH

Am Kugelfang 45, 82256-Fürstenfeldbruck
Telefon: 08141-3666 427
E-Mail: info@procom-data.de
Homepage: www.procom-data.de
Power Distribution Units von Raritan® und Legrand®
– i-PDUs (aktive Steckdosenleisten) für eine zentrale oder dezentrale Echtzeit-Überwachung der Stromzufuhr über IP.
– PDUs (passive Steckdosenleisten) für den horizontalen und vertikalen Einbau, Kabelabziehschutz, Alugehäuse
– Einfachste Montage in Netzwerk- oder Verteilerschränken

Rechenzentrums-Infrastruktur



dtm group

Benzstraße 1, 88074 Meckenbeuren
Telefon: +49 (0) 7542 9403 0, info@dtm-group.de
Homepage: dtm-group.de
Wir sind die Manufaktur der Moderne auf dem Gebiet der IT. Unsere Stärke ist die Verknüpfung handwerklicher Perfektion mit neuester Technologie. Durch Innovations- und Entwicklungsarbeit am Standort Meckenbeuren und dem Forschungs-RZ in Schweden kreieren wir intelligente Lösungen für Technologietrends im Bereich Rechenzentrum & IT-Verkabelung. Dank unserer unterschiedlichen Kernkompetenzen können wir die komplette IT-Infrastruktur für Unternehmen umsetzen und Kunden von der Planung bis zum After-Sales-Service aus einer Hand betreuen. Wir beschäftigen Mitarbeiter mit hohem Spezialisierungsgrad und legen großen Wert auf deren Aus- und Weiterbildung.



Reichle & De-Massari GmbH

Hindenburgstraße 21-15, 51643 Gummersbach
Telefon: 02261 501 700
E-Mail: deu@rdm.com
Web: www.rdm.com
YouTube: @ReichleDeMassariAG
Stecker. Schränke. Supply Chain. R&M denkt an alles. Das macht R&M zum Provider für integrierte Data Center Infrastrukturen. Der Integration gehört die Zukunft. Denn Rechenzentrums-Anbieter haben wichtigere Aufgaben, als Patchcords und Power-Leisten einzeln auszuwählen. Oder Trunks und Racks selbst zu konfigurieren. Oder Installationen zu koordinieren. R&M liefert einsatzfertige Data Center Infrastrukturen nach dem Baukastenprinzip. Das Portfolio reicht von der Konnektivität über Einhausungen bis zum DCIM mit Assetmanagement.

KI-Service-Center-Lösungen



Pohlmann Media Group AG,

Wildmoos 7, 82266 Inning am Ammersee
Telefon: 089 / 7298980
E-Mail: hallo@pmg.ag
Homepage: www.pmg.ag
PMG denkt Call Center vom Anliegen her – nicht vom Anruf. Mit Smart IVR, KI-gestützter Vorqualifizierung und klaren Übergaben zwischen Systemen und Agents entstehen Service-Prozesse, die effizient sind und sich gut anfühlen. **Voice bleibt der emotionale Einstieg, KI erkennt Kontexte und steuert gezielt weiter:** Anliegen verstehen, richtig routen, Eskalationen intelligent führen. **So werden Service Center messbar besser:** kürzere Wege, weniger Reibung – und Kunden, die den Kontakt als wertig erleben und mehr Vertrauen fassen und Leistungen eher akzeptieren. MEDIFON und AIRFON bilden dafür eine flexible Basis – skalierbar vom kleinen Team bis zum wachsenden Service Center. **PMG. Conversational Consulting & Design - Made by Media Experts.**

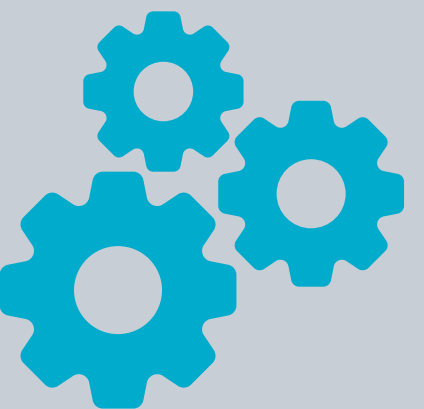
Auch Ihre Anzeige könnte hier stehen!

Werben Sie kosten-
günstig und effektiv
mit Ihrer Anzeige im
IT Service Guide.

Ausgabe 03/2026

Erscheinungstermin:
20. März 2026

Anzeigenschluss:
02. März 2026



Kontakt:

CHRISTINA GOTTWALD,
Sales Operations Specialist
christina.gottwald@fivemonkeys.group

connect-professional.de

Vorschau

03/26 20. März 2026

Managed Services / Cloud



Wer heute über Cloud- und E-Mail-Sicherheit in Deutschland spricht, konzentriert sich häufig auf Rechenzentrumsstandorte, Zertifizierungen und technische Schutzmaßnahmen. Frankfurt, Berlin oder München als Hosting-Standort gelten dann schnell als Synonym für Sicherheit und Rechtskonformität.

Diese Sichtweise greift jedoch zu kurz. Der physische Standort eines Rechenzentrums ist nur ein Teil des Gesamtbildes und entscheidet nicht automatisch über echte Datensouveränität. Entscheidend ist vielmehr die Frage, welchem Recht ein Cloud-Dienstleister unterliegt.

IT-Infrastruktur

Von der Kamera zum Cyber-Sensor: Axis Communications macht aus IP-Sicherheitskameras intelligente Sensoren für Computer-Vision-Anwendungen – von der Fertigung über Logistik bis zum Handel. Entscheidend ist ein durchgängiges Cyber- und Datenschutzkonzept von der Lieferkette bis zum Geräte-Lifecycle.

UC-Client im Test

Mit ProCall 8 bietet das Unternehmen Estos eine UC-/CTI-Lösung, die auf verschiedenen Endgeräten einsetzbar ist. Der Client soll durch Übersichtlichkeit, barrierefreie Gestaltung und flexible Einsatzmöglichkeiten überzeugen – sowohl in der Cloud als auch On-Premises. Eine Prüfung der aktuellen Version zeigt, ob das gelingt.



Spezial Nachhaltigkeit

In vielen Unternehmen ist Nachhaltigkeit kein leeres Versprechen, sondern bereits „gelebte“ Praxis – jenseits von Greenwashing und Label-Tricks. Die Implementierung nachhaltiger IT-Strategien hilft Unternehmen nicht nur, ESG-Berichte zu erfüllen, Kosten zu senken und Verantwortung zu übernehmen; Nachhaltigkeit in der IT bedeutet auch „IT for Green“, das heißt die Nutzung von Technologie (wie KI oder Cloud-Services) zur Optimierung des Energieverbrauchs in anderen Branchen.

Wie Nachhaltigkeit sich positiv auswirken kann – auf den Geschäftsbetrieb, das Image und den Umsatz, beleuchten wir in unserem Spezial.

Änderungen sind aus aktuellem Anlass möglich.

Impressum

Redaktion



► **DIANA KÜNSTLER**
Stellvertretende Chefredakteurin
Tel. 0152 3774 8952
diana.kuenstler@fivemonkeys.group
Security, Green IT



► **ANDREA FELLMETH**
Chefin vom Dienst
Tel. 0171 308 7170
andrea.fellmeth@fivemonkeys.group
Advertorials, E-Paper, Sonderhefte



► **DR. MICHAELA WURM**
Chefreporterin
Tel. 0152 5522 9150
michaela.wurm@fivemonkeys.group
Hardware, Channel



► **DR. SABINE NARLOCH**
Redakteurin
Software, Services, Cloud, TK-Services

Anschrift:
Redaktion connect professional, Five Monkeys Tech GmbH,
Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar
E-Mail: connectprofessional@fivemonkeys.group
Mitarbeiter der Ausgabe:
Hannes Rügheimer, Bernd Theiss, Thomas Joos
Layout: Andreas Geyh
Publishing Director Five Monkeys Tech: Dirk Waasen (V.i.S.d.P.)
Anregungen und Feedback gerne an die Anschrift der Redaktion. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Datenträger sowie Fotos übernimmt der Verlag keine Haftung. Die Zustimmung zum Abdruck wird vorausgesetzt. Das Verwertungsrecht für veröffentlichte Manuskripte, Fotos und Programme liegt ausschließlich beim Verlag. Mit der Honorierung von Manuskripten und Programmen erwirbt der Verlag die Rechte daran. Insbesondere ist der Verlag ohne weitere Honorierung berechtigt zur weltweiten und uneingeschränkten Veröffentlichung auf Papier und elektronischen Trägermedien. Der Autor erklärt mit der Einsendung, dass eingereichte Materialien frei sind von Rechten Dritter. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichung kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden.

Für veröffentlichte Manuskripte übernimmt der Verlag weder Gewähr noch Haftung. Schaltungen und verwendete Bezeichnungen müssen nicht frei sein von gewerblichen Schutzrechten. Die geltenden Bestimmungen sind zu beachten. Nachdruck, Übersetzung sowie Vervielfältigung oder sonstige Verwertung von Texten sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Publishers erlaubt. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.

Mediaberatung

Head of Sales ITK: Sofie Steuer, Tel. 0152 5522 9010
Sales Operations Specialist: Christina Gottwald, Tel. 0152 3774 9094
Disposition: Norbert Baaser, Tel. 0152 5522 9149



Verlag

Anschrift: Five Monkeys Tech GmbH,
Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar
E-Mail: service.tech@fivemonkeys.group

Geschäftsführung: Myriam Karsch (Sprecherin der Geschäftsführung), Wolfgang Heinen, Andreas Laube, Florian Schuster
Druck: Vogel Druck und Medienservice GmbH,
Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg
Die connect professional erscheint 10 Mal im Jahr.
ISSN 2940-2271
Vertriebskennzeichen ZKZ 3108

Abo-Service

Anschrift: Five Monkeys Tech GmbH
c/o Zenit Pressevertrieb GmbH, Postfach 810640, 70523 Stuttgart
Tel. 0711 82651-215, E-Mail: connectprofessional@zenit-presse.de
Erscheinungsweise: 10 Ausgaben pro Jahr
Abonnementpreise:
Jahresabonnement Print Inland: 142 Euro
Jahresabonnement Print Ausland: 152 Euro
Einzelausgabe Print: 15 Euro inkl. der aktuellen MwSt., zzgl. 3 Euro Versandkosten
Jahresbezug digitales E-Paper (Inland/Ausland):
58 Euro inkl. der aktuellen MwSt., ohne Versandkosten
Einzelausgabe digitales E-Paper (Inland/Ausland):
7 Euro inkl. der aktuellen MwSt., ohne Versandkosten



Inserenten

dexxIT GmbH & Co. KG	58, 59
easybell GmbH	7
egs Computer Vertrieb GmbH	35
Fsas Technologies GmbH	Titelflappe
GN Audio Germany GmbH	25
KOMSA KOMMUNIKATION SACHSEN AG	29
MRM Distribution GmbH & Co. KG	33
Shuttle Computer Handels GmbH	61, 63
TAROX AG	60
Five Monkeys Tech GmbH	2, 62, 68



www.connect-professional.de



Matchmaker+

Buchen Sie Ihre Präsenz auf connect-professional.de. Wir bündeln Ihren umfassenden Content für Ihre Kunden und bringen Interessenten direkt auf Ihr Firmenprofil und Ihre Webseite – das perfekte Match für Sie! Wir platzieren Sie bei passenden redaktionellen Inhalten und heben Ihr Unternehmen in Suchergebnissen sowie in unseren Newslettern hervor. So wird Ihr Online-Profil zum Neukunden-Magnet.



➔ <https://matchmaker.connect-professional.de/>

KI-Media-HUB

Mit diesem exklusiven Angebot können Sie Ihre Marke in drei spannenden KI-Formaten präsentieren und ein großes Publikum erreichen. Unser Angebot kombiniert mehrere Mediaplattformen – vom KI Video-Sponsoring über Newsletter bis Sitebranding – für maximale Sichtbarkeit und Wirkung im modernen Umfeld.
➔ <https://weka-media-publishing.de/wp-content/uploads/2024/10/VKU-conpro-KI-Hub.pdf>

Tests & Studien

Wir setzen Maßstäbe in der B2B-Kommunikation und führen fundierte Studien und Tests im verlagseigenen Lab durch.
➔ <https://www.connect-professional.de/schwerpunkte/tests-studien/>

Webinare

Vermitteln Sie Ihren Kunden spezifisches Know-how und beziehen Sie sie aktiv und live in das Geschehen ein. Das Publikum kann Ihnen via Chat Zwischenfragen stellen. Unterstreichen Sie mit einer dynamischen und interaktiven Präsentation den Nutzen Ihrer Produkte und zugleich die Kompetenz Ihres Unternehmens.
➔ <https://www.connect-professional.de/webinare/>

.....



Newsletter: Jetzt Wissensvorsprung sichern!
➔ <https://newsletter.connect-professional.de/newsletter-subscription-page.html>

Europas Antwort auf Cloud, KI & Co.

DIGITALE SOUVERÄNITÄT



In einer Zeit wachsender geopolitischer Spannungen, globaler Cyberbedrohungen und steigender Abhängigkeit von nicht-europäischen Tech-Anbietern rückt die Kontrolle über eigene Daten, IT-Infrastrukturen und digitale Wertschöpfungsketten in den Blick.

Unser **Webinar-Thementag „Digitale Souveränität“** beleuchtet Strategien, Technologien und Best Practices, mit denen Unternehmen und öffentliche Einrichtungen ihre digitale Unabhängigkeit stärken können – von sicheren Cloud-Diensten über Open-Source-Modelle bis hin zu souveränen Identitätssystemen.

Folgende Themen stehen im Fokus:

- **Sichere Cloud made in Europe:** Souveräne Infrastrukturprojekte und EU-konforme Dienste
- **Open Source und digitale Unabhängigkeit:** Strategien zur Reduktion von Vendor-Lock-in
- **Datenhoheit in vernetzten Umgebungen:** Edge Computing, Gaia-X, dezentrale Plattformen
- **Digitale Identitäten & Zugriffskontrollen:** Self-Sovereign Identity (SSI) und Trust Frameworks
- **Beschaffung & Public Sector:** Wie Bund, Länder und Kommunen souveräne Lösungen fordern und fördern

Zielgruppe

Vertreter:innen aus öffentlicher Hand, Wirtschaft und Industrie, Betreiber kritischer Infrastrukturen (KRITIS), IT-Anbieter, Consultants, Systemhäuser, MSPs und Cloud Provider – insbesondere CTOs, Einkäufer:innen und Innovationsverantwortliche mittelständischer Unternehmen



Teilnehmer

Interesse geweckt?
Der kostenfreie Webinar-Thementag findet am Mittwoch, 25. März, ab 9.30 Uhr statt.
Weitere Infos gibt es unter <http://bit.ly/4t5Wztk>

Anbieter

Sie möchten Ihr Unternehmen als Partner bei unseren Webinar-Thementagen präsentieren? Kontaktieren Sie Sofie Steuer unter sofie.steuer@fivemonkeys.group.

connect
professional

Fsas Technologies
a Fujitsu company

Microsoft

Der neue value4you-Konfigurator:

Schneller.
Einfacher.
Clever.

Windows Server 2025: Modernize and prepare for the future.

Jetzt noch schneller und einfacher!

Der neue value4you-Konfigurator von Fsas Technologies geht an den Start! Mit ihm können Sie noch schneller, einfacher und effizienter auf das value4you (VFY) Aktions-Portfolio lagernder Systeme bei den Fsas Technologies-Distributoren zugreifen. Der neue Konfigurator wird parallel zu den bestehenden Systemen der Fsas Technologies-Distributoren Also, Bytec und Ingram laufen, diese schrittweise ablösen und damit zur zentralen Applikation für den Small Deal Coaching-Prozess.

Ihre wichtigsten Vorteile

Zentrale Konfiguration. Alle konfigurierbaren value4you-Modelle können direkt konfiguriert werden.

Live-Verfügbarkeit. Anzeige in Echtzeit aller Komponenten und Grundeinheiten.

Volle Transparenz. Vorher erstellte Konfigurationen einsehen, bearbeiten oder für neue Projekte nutzen.

Direkte SDC-Verknüpfung. Direkte Weitergabe der Konfiguration an das Small-Deal-Coaching-Portal für Preisanfrage.



Jetzt im Fsas Technologies Partner Portal ausprobieren!

Wer im Partner Portal noch nicht registriert ist, sollte dies gleich nachholen. Das geht schnell, ist unverbindlich und lohnt sich!

Unsere Distributionspartner:

