

connect professional

03 | 26



SPEICHERLÖSUNGEN FÜR DIE CLOUD

Skalierbarkeit nach Ihren
Bedürfnissen



CLOUDFEST

Booth no. B01

www.westerndigital.com

©2026 Western Digital Corporation und Tochterunternehmen.
Alle Rechte vorbehalten.

Bluechip. Vorstand Buchheim zur Lage im PC-Markt

Auracast. Bluetooth-Technik für ruhigere Flughäfen

Digitalisierung. Schlüssel zu Deutschlands Klimazielen

Security. Acronis Cyber Protect 17 Local im Test



connect professional

03 | 26

MOBILFUNK

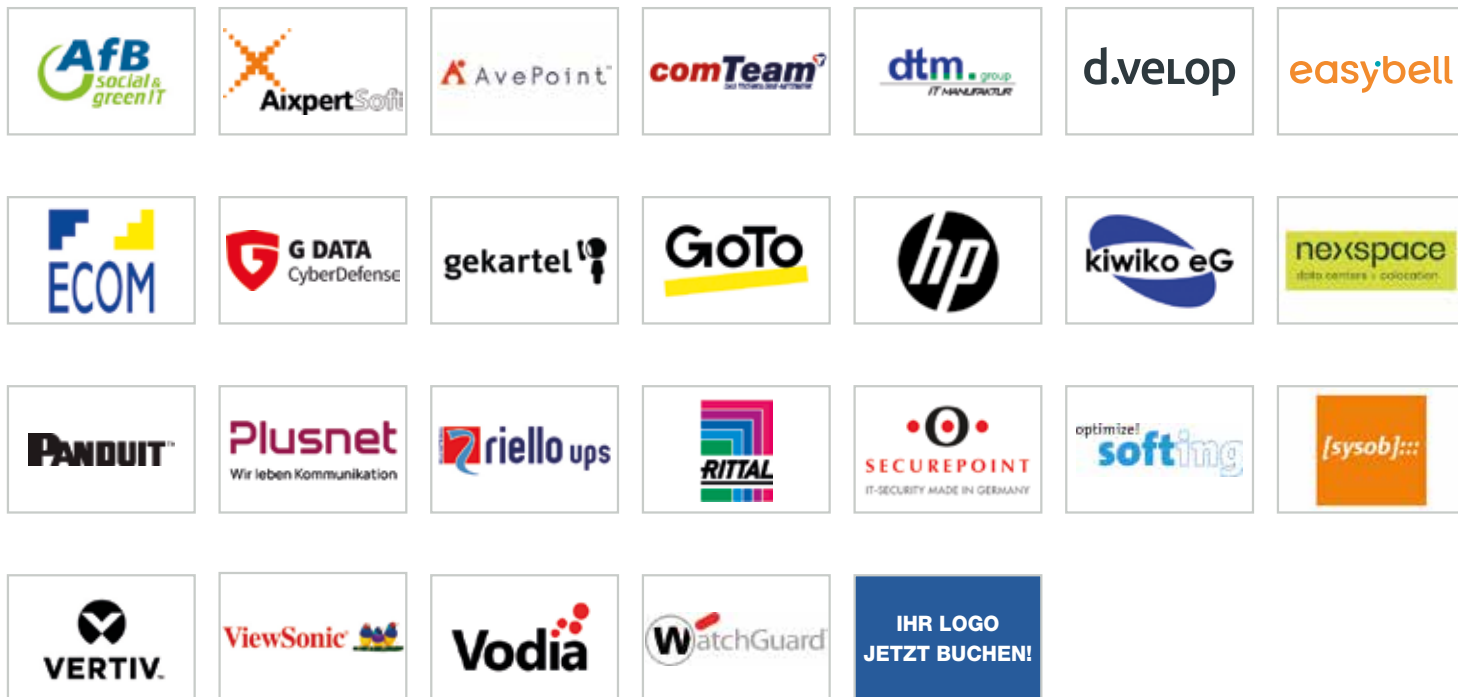
So bewerten Firmenkunden ihre
Anbieter im DACH-Raum

Bluechip. Vorstand Buchheim zur Lage im PC-Markt
Auracast. Bluetooth-Technik für ruhigere Flughäfen
Digitalisierung. Schlüssel zu Deutschlands Klimazielen
Security. Acronis Cyber Protect 17 Local im Test





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

Willkommen im Zeitalter der denkenden Netze

► Der Mobile World Congress 2026 in Barcelona zeigte deutlich, wohin sich die Telekommunikation entwickelt. Unser Kollege Dirk Waasen war für connect und connect professional vor Ort und zog ein klares Fazit: Die Branche tritt in eine neue Phase der Digitalisierung ein, die maßgeblich von KI, autonomen Netzen und dem Streben nach technologischer Souveränität geprägt ist. Unter dem Schlagwort „Agentic AI“ präsentierten Netzwerkausrüster eine Zukunft, in der intelligente Software-Agenten den Netzbetrieb autonom steuern. Sie überwachen die Auslastung und reagieren in Echtzeit auf Störungen – ein entscheidender Effizienzfaktor für die komplexen 5G- und künftigen 6G-Infrastrukturen.

Parallel dazu rückt Quantencomputing in greifbare Nähe. Während IBM und Fujitsu erste Systeme zeigten, präsentierte Telefónica bereits konkrete Anwendungsszenarien, etwa in der Medizin. Auch das Thema digitale Souveränität gewinnt an Gewicht: Anbieter aus Japan und Südkorea rücken als leistungsfähige und geopolitisch neutrale Partner verstärkt in den Fokus europäischer Unternehmen – mehr dazu im Beitrag meiner Kollegin Michaela Wurm über Fujitsus KI-Server „Made in Japan“ auf Seite 33.

Für das Enterprise-Umfeld zeigt unsere Kundenzufriedenheitsumfrage unter Mobilfunknutzern im DACH-Raum (ab Seite 26) jedoch: Technologische Innovation allein genügt nicht. Unternehmen fordern vor allem stabile Netze und zuverlässigen Service für ihre datenintensiven Geschäftsprozesse. Dass sich der Markt ebenso strukturell wandelt, offenbart auch unser Bericht über die hochautomatisierte Smartphone-Produktion bei Xiaomi (ab Seite 10) – ein seltener Blick hinter die Kulissen moderner Gerätefertigung.

Der MWC 2026 macht damit deutlich: Die digitale Transformation wird sich künftig im Zusammenspiel aus intelligenten Netzen, sicherer Infrastruktur und neuen Service-Modellen entscheiden.

Viel Vergnügen bei der Lektüre dieser Ausgabe.

D. Künstler

Inhalt

Titel: Bildquellen v.o.l.n.r.: Bild: tsyhun – shutterstock.com, Bluechip, Frankfurt Airport, Thx4Stock team – shutterstock.com, Andrey_Popov – shutterstock.com und Christoph Lange

UNTERNEHMEN

- 08 | Interview mit Bluechip-Vorstand Sven Buchheim
- 10 | Fabrikbesuch bei Xiaomi: connect-Kollegen in Peking
- 12 | Artec IT Solutions: Generationswechsel nach 30 Jahren
- 14 | Xerox mit neuer globaler Vertriebsstruktur
- 16 | Pilotprojekt: Bluetooth-Broadcast am Flughafen
- 20 | Jacob Elektronik: „IT-Händler mit Mehrwert“
- 22 | KOOP 2026: Neue Impulse für den Fachhandel

CONNECTIVITY

- 26 | Kundenbarometer Mobilfunk für die DACH-Region

DATACENTER/IT-INFRASTRUKTUR

- 32 | Schwarz Digits nabelt sich von Konzernmutter ab
- 33 | Fujitsu startet Produktion von Servern „Made in Japan“



Bild: Artec IT Solutions
12 Jerry J. Artishdad,
Artec IT Solutions



Bild: connect professional
46 Helge Scherff,
Exclusive Networks



08

Bluechip-Vorstand Sven Buchheim:
„In einigen Monaten sind Ersatz-
beschaffungen unausweichlich.“

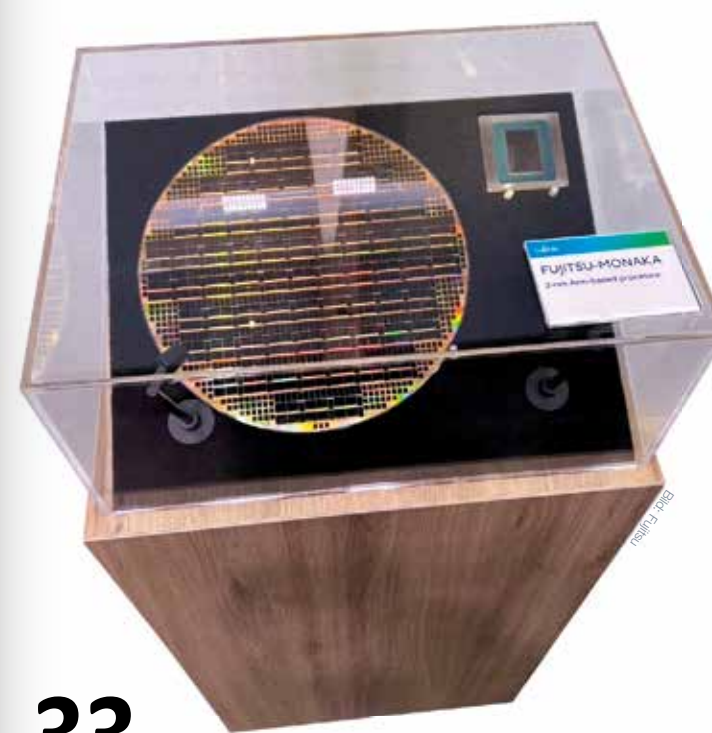
Bild: Bluechip

10

Vor-Ort-Termin:
Einblicke in die
Produktion von
Xiaomi in Peking



Bild: Xiaomi



33

Fujitsus „Made-in-Japan“-Server
kommen mit dem von Fujitsu selbst
entwickelten „Monaka“-Prozessor

Bild: Fujitsu



42

UC-Client ProCall 8 von Estes
ist als Cloud-Lösung und auch als
On-Premises-Lösung verfügbar

Bild: Stock Photo – shutterstock.com

NACHHALTIGKEIT

- 36 | Digitalisierung als Turbo für die Transformation
- 38 | Markt für runderneuerte PCs in Europa wächst
- 40 | Refurbisher Afb zur Speicherkrise

PRODUKTE & SERVICES

- 42 | UC-Client ProCall 8 von Estes im Test
- 45 | Produkt-Neuheiten von Vertiv und Riello UPS

MANAGED SERVICES/CLOUD

- 46 | Exclusive Networks: 2026 steht Service im Fokus
- 48 | Wie digitale Transformation gelingen kann

KAISERS KOLUMNE

- 50 | In Geiselhaft durch Leistungsträger

SECURITY

- 52 | Sophos' Strategie zur Workspace Protection
- 54 | Acronis Cyber Protect 17 Local im Praxistest

ITK-KÖPFE

- 57 | Personal-News von Kyocera, Triumph-Adler, Ingram Micro, Ceconomy, Freenet DLS und Snom

MÄRKTE & PROGNOSEN

- 58 KI-PCs sind jetzt günstig – aber das bleibt nicht so

STANDARDS

- 03 | Editorial
- 06 | Schnappschuss
- 66 | Impressum / Kontakt / Vorschau
- 67 | Inserenten / Digitalangebot

Bye-bye Hausarbeit

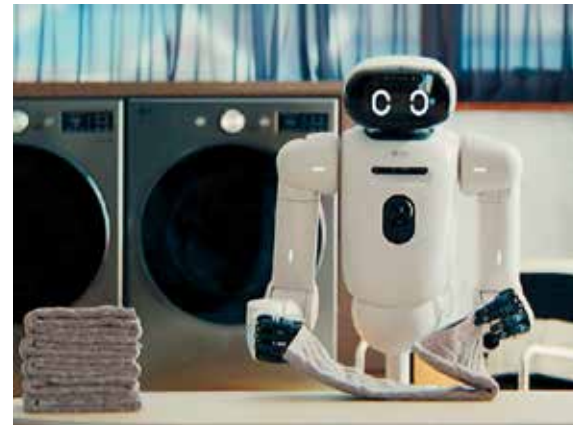
Staubsauger-Roboter, die nur im Kreis fahren, sind Schnee von gestern. Auf der CES 2026 hat LG mit „CLOiD“ die nächste Stufe der Home-Automation gezündet. Der KI-gesteuerte Bot ist kein Spielzeug, sondern ein echter Allrounder, der Haushaltsgeräte nicht nur vernetzt, sondern sie aktiv bedient.

Autorin: Andrea Fellmeth

► Wer hat nicht schon einmal davon geträumt, nach der Arbeit in eine perfekt aufgeräumte Wohnung zurückzukehren, in der die Wäsche bereits gefaltet im Schrank liegt? Mit der Vorstellung von LG CLOiD präsentierte LG auf der CES einen KI-gestützten Haushaltsroboter, der weit über die Fähigkeiten bisheriger smarter Helfer hinausgeht.

Ausgestattet mit einem Chipsatz, der als Gehirn von CLOiD fungiert, wird der Kopf des Roboters zum mobilen AI Home Hub. Hinzu kommen Display, Lautsprecher, Kameras, verschiedene Sensoren und sprachbasierte generative KI. Der Roboter kann so über gesprochene Sprache und „Mimiken“ mit Menschen kommunizieren. Er erlernt die Wohnumgebung und Lebensmuster seiner Nutzer und steuert vernetzte Haushaltsgeräte entsprechend. Er steuert nicht nur die Waschmaschine digital an, sondern übernimmt im Anschluss auch das händische Zusammenlegen der trockenen Kleidung. Er holt

Er schaut zwar ein bisschen hilflos, aber er hat laut LG den Haushalt voll im Griff: der KI-Bot CLOiD



Milch aus dem Kühlschrank und schiebt Croissants in den Ofen. Möglich macht dies eine technische Ausstattung, die sich stark an der menschlichen Anatomie orientiert. „Hausarbeit soll der Vergangenheit angehören, damit Kunden mehr Zeit für die Dinge haben, die wirklich zählen“, sagt Steve Baek, Präsident der LG Home Appliance Solution Company. Recht hat er.



TERMINE

Webinar Digitale Souveränität

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

Der Webinar-Thementag „Digitale Souveränität“ von connect professional 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. Unsere Top-Referenten von Bitdefender, Eset und OVHCloud berichten hautnah aus der Praxis für die Praxis. Seien Sie dabei!

<http://bit.ly/4t5Wztk>

- Kostenfreier Webinar-Thementag der connect professional
- Online
- 25. März 2026, 9.30 bis 12.30 Uhr

OMR26 Festival

► Die OMR 2026 gilt als der zentrale Treffpunkt für alle, die die digitale Zukunft aktiv mitgestalten wollen. Über 70.000 Besucher treffen hier auf eine Mischung aus Fachmesse und Konferenz mit Festival-Atmosphäre. Im Fokus stehen in diesem Jahr die rasanten Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz, die Transformation der E-Commerce-Welt sowie neue Strategien für Social Media und Creator Economy

Top-Speaker sind unter anderem internationale Ikonen wie die Football-Legende Tom Brady, die KI-Vordenkerin Meredith Whittaker (Signal) sowie prominente Wirtschaftsgrößen wie Bettina Orlopp (Commerzbank). Zusätzlich geben über 800 Speaker in Masterclasses und Deep Dives praxisnahes Wissen zu Themen wie SEO, Retail Media und Datenstrategien weiter.

<https://omr.com/de>

- Eines der weltweit größten Events für digitales Marketing und Technologie
- Hamburg Messegelände, Messeplatz 1, 20357 Hamburg
- 05. bis 06. Mai 2026

#OMR26

OMR

DAS FESTIVAL FÜR DAS DIGITALE UNIVERSUM

05. & 06. Mai 2026
Hamburg Messe

6 BÜHNEN

125+ SIDE EVENTS

270 MASTERCLASSES

200+ GUIDED TOURS

800+ SPEAKER*INNEN

1.000 AUSSTELLENDEN & PARTNER



**JETZT
TICKET
SICHERN!**

omr.com/festival

„In einigen Monaten sind Ersatzbeschaffungen unausweichlich“

Engpässe und Preissteigerungen bei Speichern machen den PC-Herstellern zu schaffen. Eigenmarkenfertiger Bluechip zeigt, dass man mit cleverer Bevorratung, persönlichen Ansprechpartnern und loyalen Kunden auch in schwierigen Zeiten Umsatz und Ergebnis steigern kann, wie Vorstand Sven Buchheim im Interview mit connect professional berichtet.

Interview: Michaela Wurm



SVEN BUCHHEIM,
Gründer und Vorstand des deutschen Eigenmarkenherstellers Bluechip (eigene Schreibweise: bluechip)

Wachstum. Treiber hierfür war vor allem das Support-Ende von Windows 10, das sich seit August vergangenen Jahres deutlich bemerkbar gemacht hat. Infolgedessen konnten wir ein signifikantes Umsatz- und Ergebniswachstum gegenüber dem Vorjahr erzielen.

Ergänzt wird das Eigenmarkenportfolio durch ein gezielt ausgebautes Distributionsgeschäft mit passender Handelsware. Dazu zählen insbesondere Peripherieprodukte wie Monitore, beispielsweise von Iiyama oder AOC, mit denen wir kürzlich eine Distributionspartnerschaft geschlossen haben.

connect professional: Nach den Lieferengpässen in der Corona-Zeit sehen wir jetzt eine ähnliche Situation bei Speichern. Wie gravierend ist die Lage für einen PC-Hersteller wie Bluechip?

Buchheim: Unsere Auftragseingänge im November und Dezember waren solide kalkuliert. Wir hatten uns frühzeitig gut bevorratet, insbesondere mit SSDs und Speichermodulen. Bereits ab Ende September haben wir die Lagerbestände deutlich aufgestockt und konnten die Preise über einen längeren Zeitraum stabil halten. Auch aktuell sind wir in der Lage, unseren Partnern ausgewählte Desktop-PCs und Mini-PCs zu sehr attraktiven Konditionen anzubieten. Ab November kam es dann zu spürbaren Preisverwerfungen. Dabei waren nicht nur Speicherkomponenten betroffen.

Für uns als großer Intel-Partner stellte auch die eingeschränkte Verfügbarkeit von Prozessoren eine Herausforderung dar. Zusätzlich zu den bestehenden Preisvolatilitäten ist durch die Krise im Nahen Osten inzwischen auch die Lieferkette stärker unter Druck geraten, was die Gesamtsituation weiter verschärft.

connect professional: Wie gehen Sie damit um?

Buchheim: Für bestehende Projekte haben wir unseren Partnern bei verbindlicher Abnahme teilweise sogar feste Preise mit einer Laufzeit von bis zu sechs Monaten zugesichert. Das können wir derzeit noch leisten – im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern. Einige arbeiten

inzwischen sogar mit Tagespreisen, was im Projektumfeld jedoch kaum praktikabel ist.

Wir gehen davon aus, dass die derzeitige Verknappung weiter anhält, insbesondere bei Speicherkomponenten, und sich auch der Preisdruck fortsetzen wird.

connect professional: Hat sich die Situation bei Prozessoren entspannt?

Buchheim: Bei Prozessoren rechnen wir mit Preissteigerungen von etwa fünf bis zehn Prozent. Das ist aus unserer Sicht noch gut vertretbar. Allerdings betrifft die aktuelle Situation nicht nur Speicherkomponenten. Wir beziehen aus Asien auch weitere Bauteile und Barebones, deren Verfügbarkeit ebenfalls eine Rolle spielt. Dennoch stehen Speicher derzeit besonders stark im Fokus, da hier die Engpässe am deutlichsten spürbar sind.

connect professional: Gartner sagt, vor allem das Einstiegssegment bei PCs stehe extrem unter Druck und könnte sogar vom Markt verschwinden.

Buchheim: Wir fokussieren uns bewusst nicht auf das Einstiegssegment, sondern auf höherwertige B2B-Systeme. In diesem Bereich ist derzeit jedoch eine spürbare Nachfragezurückhaltung zu beobachten. Viele Unternehmen agieren aktuell sehr abwartend und verlängern die Nutzungsdauer ihrer bestehenden Geräte. Das ist allerdings kein dauerhaft tragfähiger Zustand. In einigen Monaten werden Ersatzbeschaffungen unausweichlich sein, und damit dürfte auch die Akzeptanz höherer Preise zunehmen. Zwar rechne ich bei Desktop-PCs mit Rückgängen von etwa 15 bis 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr, insgesamt blicke ich jedoch weiterhin optimistisch auf die Entwicklung.

connect professional: Dafür boomt der Datacenter-Markt weltweit und hier hat Bluechip ebenfalls Hardware im Angebot, wie Server und Storage. Welche Rolle spielt das Geschäft mit IT-Infrastruktur und was ist geplant?

Buchheim: Wir wollen den Bereich Server und Storage gezielt weiter ausbauen. Dieses Segment bietet erhebliches Potenzial, auch wenn die Preise für Speicherkomponenten hier zuletzt stark gestiegen sind. Langfristig verfolgen wir damit das Ziel, unsere Abhängigkeit von klassischer PC-Hardware weiter zu reduzieren und das Portfolio breiter aufzustellen.

connect professional: Zukunftsträchtige Produkte sind ja vor allem Cloud, As-a-Service und KI. Wie sieht es denn damit bei Bluechip aus?

Buchheim: Wir erweitern unser Angebot deutlich um Services und Dienstleistungen rund um die Hardware unserer Partner, etwa durch Rollouts, Fulfillment und individuelle Sonderausstattungen. Auch Workplace as a Service, ein flexibles Arbeitsplatzmodell auf Mietbasis, spielt eine zunehmend wichtige Rolle. Parallel dazu bauen wir unser Cloud-Segment aus. Hier verzeichnen wir ein Umsatzwachstum von rund 40 Prozent.

connect professional: Cloud-Services aus einem eigenen Rechenzentrum?

Buchheim: Unsere Cloud-Services betreiben wir aus einem gemieteten Rechenzentrum, in dem wir mit eigener Hardware vertreten sind.

connect professional: Sorgt der Wunsch nach digitaler Unabhängigkeit für Nachfrage nach Ihren Cloud-Services?

Buchheim: Unsere rund 3.000 Partner, vor allem Fachhändler und Systemhäuser, betreuen eine große Zahl mittelständischer Unternehmen. Für diese Zielgruppe ist das Thema besonders relevant. Gefragt sind dabei vor allem hybride Lösungen, die bestehende Infrastrukturen mit neuen Technologien sinnvoll verbinden.

connect professional: Rund 3.000 Partner – darunter sind sicher viele langjährige Kunden?

Buchheim: Wir verfügen über einen hohen Anteil langjähriger Kunden. Unsere Zielgruppe legt großen Wert auf persönliche Ansprechpartner und telefonische Beratung. Mit Online-Shops und Konfiguratoren lassen sich ja nicht alle Probleme lösen. Häufig ist ein persönliches Gespräch schneller und effizienter. Aus diesem Grund legen wir großen Wert auf unsere Präsenz bei Veranstaltungen und Messen.

connect professional: Im September gibt es ja auch wieder die Partnerveranstaltung „bluechip LIVE“.

Buchheim: In den vergangenen Jahren haben wir im Zweijahresrhythmus eine große Partnerveranstaltung durchgeführt, ergänzt durch Quartalsstammtische. Bei der „bluechip LIVE“ stehen vor allem ganzheitliche Lösungen im Vordergrund. Ein zentrales Thema ist in diesem Jahr Künstliche Intelligenz und wie wir unsere Partner dabei unterstützen können.

connect professional: Setzen Sie bei Bluechip KI auch intern schon ein?

Buchheim: Ja, das tun wir. Wir betreiben ein eigenes Warenwirtschaftssystem und haben ein internes Entwicklerteam. Zwei Entwickler arbeiten mittlerweile nahezu vollständig KI-gestützt und setzen dabei auf unsere eigenen Daten – selbstverständlich innerhalb einer geschlossenen, kontrollierten Systemumgebung.

Bluechip fertigt vor allem PC-Hardware am Standort im thüringischen Meuselwitz.



Xiaomi: Alle sechs Sekunden ein Smartphone

Modular, KI-gesteuert und hochautomatisiert: Die Xiaomi-Fabrik in Peking zeigt die Smartphone-Produktion der nächsten Generation. Und zwei Kollegen der connect konnten vor Ort einen Blick darauf werfen. Hier kommt ihr Bericht.

Autoren: Wadim Herdt, Lennart Holtkemper Redaktion: Andrea Fellmeth



alle Bilder: Xiaomi

► Wir haben es in der Tasche und nehmen es täglich rund 100 Mal in die Hand: unser Smartphone. Telefonieren, Nachrichten lesen, Fotos knipsen, KI befragen: Beim selbstverständlichen Umgang mit unserem hochkomplexen technischen Begleiter haben wir uns wahrscheinlich selten die Frage gestellt, wie dieses Gerät eigentlich gebaut wird.

Xiaomi hat uns eingeladen, in China einmal hinter die Kulissen zu schauen. Der Hersteller hat dort erst vor zwei Jahren eine hochmoderne Fabrik zur Produktion seiner Flaggschiff-Smartphones in Peking eröffnet. Und die durften wir im Rahmen einer Pressereise genauer anschauen.

Xiaomis Smartphone-Fertigung: Eine Fabrik wie ein Raumschiff

Gleich beim Betreten des Geländes wird klar: Hier handelt es sich um eine Produktionsstätte der nächsten Generation. Das Gebäude wirkt futuristisch, fast wie ein Raumschiff. Der Bau der neuen „Xiaomi Smart Factory“

begann 2021 und kostete umgerechnet circa 293 Millionen Euro. Schon nach 1.000 Tagen liefen 2024 bereits erste Serienprodukte vom Band. Aktuell hat die Smart Factory ein Jahresvolumen von 10 Millionen Einheiten.

Bevor wir uns die eigentliche Fertigungsstraße anschauen können, müssen wir uns erst einmal umziehen. Um die empfindlichen Geräte nicht zu stören, sind antistatische Schuhüberzieher, Kittel und Mütze Pflicht. Danach geht es noch durch eine Luftschleuse und schon steht man in einer riesigen, hell beleuchteten Halle mit Metallfußboden und langen Reihen von Maschinen.

Im Gegensatz zu traditionellen Fertigungsstraßen dominiert hier nicht die menschliche Arbeitskraft, sondern ein hochgradig vernetztes Ökosystem

aus Maschinen, Daten und künstlicher Intelligenz. Die komplette Software hinter der Fertigung und ein Großteil der Hardware stammen aus eigener Entwicklung. Über 4.000 Einheiten in der Anlage tragen das Mi-Logo.

Sehr hoher Automatisierungsgrad

Nach dem Kontrollzentrum geht es zu einer Produktionslinie, wo während unseres Besuchs ein Xiaomi-Redmi-Modell gefertigt wurde. Die Fertigungsstraße selbst ist etwa 100 Meter lang. Beginnend beim Platinentest, der Vorverarbeitung des Mainboards, über Montage aller Komponenten, den Endtests und die Verpackung findet alles auf diesen 100 Metern statt.

Dabei sind über 200 Einzelschritte nötig, bis ein Smartphone gebaut und verpackt die Fabrikhalle verlässt. Die Automatisierungsrate bei diesem Prozess liegt bei 81 Prozent. Und tatsächlich sehen wir sehr wenig Menschen am Band sitzen. Nur eine Handvoll Mitarbeiter entfernt in speziellen Reinräumen mit strengeren Kleidervorschriften manuell Staubpartikel von Kamera-



Das Herzstück der Anlage ist das Kontrollzentrum. Auf einem riesigen digitalen Dashboard laufen alle Informationen über den Fertigungsprozess der einzelnen Straßen zusammen.

linsen unter Mikroskopen. Zudem bleiben visuelle Inspektionen, um Kratzer am Gehäuse zu erkennen, unverzichtbar.

Eine der größten Stärken der Anlage ist laut Xiaomi auch ihr modulares Design. Die Maschinen sind so konzipiert, dass sie wie Lego-Steine ausgetauscht oder neu kombiniert werden können. Dies erhöht die Produktionsflexibilität massiv. Während die Umrüstung einer Linie auf ein neues Projekt früher eine Woche dauerte, braucht man nun hierfür nur noch etwa zehn Stunden. Damit lassen sich unterschiedliche Gerätearten effizient auf derselben Linie herstellen.

Rigoroses Testing, bevor das Smartphone verpackt wird

Ein weiteres technisches Highlight ist die Abkehr von herkömmlichen Roboterarmen bei der Motherboard-Teststation hin zu einem neuen Schubladen-Design. Frühere Prüfstationen nutzten Roboterarme und konn-



Für wenige, filigrane Schritte ist tatsächlich noch echte Handarbeit notwendig.



Der Automatisierungsgrad der Smartphone-Fertigung beträgt über 80 Prozent. Erst nach über 200 Einzelschritten ist ein Smartphone fertig zusammengebaut.

ten nur 16 Platinen gleichzeitig testen. Das neue Design, im Wesentlichen ein Schrank mit Schubladen, ermöglicht effizientere Raumausnutzung und den gleichzeitigen Test von 40 Platinen. Zu den hier durchgeführten Tests gehören Power-on-Tests, Kommunikationskalibrierung sowie Wi-Fi- und Bluetooth-Prüfungen.

Insgesamt verwendet Xiaomi viel Zeit darauf, die einzelnen Komponenten und das Smartphone als Ganzes zu testen, bevor es die Fabrik verlässt. Dazu muss jedes Gerät einen aufwändigen Testparcours bestehen. Die Endprüfung besteht aus mehreren Testprozeduren, darunter einem Alterungstest zur Simulation der täglichen Nutzung und einer umfassenden Funktionsüberprüfung von Antennen, Audio, Kamera, Display und Sensoren.

Am Ende der Produktionslinie verlässt alle sechs Sekunden ein neues Smartphone das Band, nachdem es einen sehr komplexen Prozess durchlaufen hat. Wir waren nach dem Besuch jedenfalls beeindruckt, wie hochautomatisiert die Produktion abläuft.



Bevor sie verpackt werden, durchlaufen die Smartphones ein stundenlanges Testprozedere, bei dem Software, Display, Funk und mehr in dieser Kammer automatisch geprüft werden.

Vom Computergeschäft zum Archivierungs-Spezialisten

1995 gründete Jerry J. Artishdad in Karben ein Computergeschäft. In drei Jahrzehnten ist daraus Artec IT Solutions entstanden, ein weltweit aktiver Anbieter in den Bereichen Archivierung, Datenmanagement und Datensicherheit. Nach 30 Jahren hat Artishdad jetzt die Verantwortung an die nachfolgende Generation übergeben, die sich mit neuen Herausforderungen – wie KI – auseinandersetzen muss.

Interview: Michaela Wurm

► **connect professional:** Im vergangenen Jahr feierte Artec IT Solutions 30-jähriges Jubiläum und gleichzeitig den Generationswechsel an der Spitze. Wie hat sich das Unternehmen in den drei Jahrzehnten verändert?

Jerry J. Artishdad: Alles begann 1995 mit einem PC-Fachhandel auf rund 60 Quadratmetern, den ich gemeinsam mit meiner Frau gegründet habe. Wir haben unter anderem Software programmiert und auf Datenträgern verschickt sowie Steuerungs-lösungen für CD- und Daten-Jukeboxen vertrieben. Ab dem Jahr 2000 haben wir uns dann komplett auf das Thema Datenarchivierung und die rechtssichere Aufbewahrung von Informationen spezialisiert.

connect professional: Was waren denn die wichtigsten Etappen in der Firmengeschichte?

Artishdad: Hier ist sicherlich die erste Version unseres Archivsystems EMA zu nennen, die 2002 vorgestellt wurde. 2004 sind wir in unsere heutige Firmenzentrale in Karben gezogen, die alle Bereiche wie Entwicklung, Technik und Verwaltung unter einem Dach vereint. Und international waren die beiden Standorte in Asien und Nordamerika sehr wichtige Meilensteine für unsere Expansion.

Software „Made & Hosted in Germany“

connect professional: Was ist heute der Unternehmensfokus?

Artishdad: Mit weltweit eingesetzten Produkten wie dem modularen Archivsystem „EMA“ sowie den Massenspeichern der „VSTOR Vault“-Serie ist Artec heute einer der führenden Anbieter in den Bereichen Archivierung, Datenmanagement und Datensicherheit. Ein ganz wichtiger Aspekt ist dabei der Fokus auf digitale Souveränität. Die Softwarelösungen von Artec werden vollständig in Deutschland entwickelt und sind „Made & Hosted in Germany“.

connect professional: Werden die Lösungen auch als Cloud-Versionen oder As-a-Service angeboten?

Artishdad: Die kurze Antwort lautet Ja. Es kann je nach Unternehmen sehr gute Gründe geben, eine Lösung wie EMA hochsicher in der Cloud, in hybriden



Alle Bilder: Artec IT Solutions

Firmengründer Jerry J. Artishdad hat Artec IT Solutions in drei Jahrzehnten zum Archivierungsspezialisten weiterentwickelt.

Umgebungen oder aber auch ganz klassisch als On-Premises-Appliance vor Ort einzusetzen. Deshalb lassen wir Kunden hier bewusst die Wahlfreiheit.

Breites Netzwerk an Systemhauspartnern

connect professional: Welche Rolle spielt der Channel in Ihrem Geschäft? Vertriebt Artec IT Solutions ausschließlich über Partner und wenn ja, über welche?

Artishdad: Der Fokus liegt bei Artec klar auf dem Channel-Geschäft. Unsere Partner waren ein wesentlicher Garant für den Erfolg der letzten Jahrzehnte und werden dies auch in Zukunft sein. Dabei ist historisch ein sehr breites Netzwerk an Systemhauspartnern in ganz Deutschland gewachsen. Wichtig ist uns dabei, dass es sich bei unseren Partnern nicht um reine Berater handelt, sondern um Spezialisten. Wir setzen auf Partner, die die Anforderungen der Kunden wirklich verstehen und die in der Lage sind, diese optimal zu bedienen.

connect professional: Beim Vertrieb der Lösungen und dem Partner-Ökosystem hat sich über die Jahre doch sicher auch einiges geändert?

Artishdad: Über die Jahre haben wir immer wieder mit Distributoren zusammengearbeitet und dabei in der Regel gute Erfahrungen gemacht. Um noch näher an unseren Partnern zu sein und auf ihre Anforderungen und Bedürfnisse einzugehen, ist vor rund zwei Jahren die strategische Entscheidung gefallen, Partner vor allem selbst zu betreuen. In diesem Zuge haben wir 2025 auch ein neues Partnerportal gestartet. Reseller können hier ihre Projekte und Verkaufschancen steuern und haben beispielsweise auch Zugriff auf einen intelligenten Produktkonfigurator mit sofortiger Preisauskunft.

KI ohne Vendor Lock-in

connect professional: Im letzten Jahr haben Sie die Firmenleitung an Ihre Kinder Julia Gonzalez und Nils Artishdad übergeben. Welchen Herausforderungen sieht sich die neue Generation jetzt konfrontiert?

Artishdad: Seit der Übergabe lag ein Fokus ganz klar auf der Weiterentwicklung des Produktes. Jetzt im Frühjahr steht beispielsweise ein Major Release mit vielen Verbesserungen an, das an modernsten Anforderungen orientiert ist. Und KI ist ein sehr wichtiges Thema, wobei wir hier bewusst einen flexiblen Ansatz fahren und uns gegen eine starre KI-Integration entschieden haben: Kunden können die KI-Lösungen ihrer Wahl mit EMA koppeln und geraten nicht in die Abhängigkeit einzelner Anbieter. Dadurch wird ein Vendor Lock-in vermieden und ein Wechsel der KI-Lösung bleibt jederzeit möglich.

Archivierung bleibt auch in schwierigem Marktumfeld gefragt

connect professional: Wie sieht das Marktumfeld von Artec IT Solutions aus? Speziell in Deutschland gibt es ja eine starke Investitionszurückhaltung vor allem mittelständischer Firmen. Wie ist aktuell die Nachfrage nach den Artec-Lösungen, wie umkämpft ist dieser Markt?

Artishdad: Die aktuelle Marktsituation ist natürlich nicht einfach. Artec IT Solutions verzeichnet aber ein stabiles Bestandskundengeschäft. Hinzu kommen aus unserer Sicht drei Aspekte, die eine Archivierung auch in einem schwierigen Marktumfeld attraktiv machen. Viele Unternehmen stehen derzeit vor neuen regulatorischen Herausforderungen. Dazu gehört etwa die Abbildung rechtlicher Vorgaben an die IT-Sicherheit und Datenarchivierung mit vie-

len neuen Aspekten durch NIS-2, den Cyber Resilience Act, DORA, den EU Data Act und vieles mehr. Durch die stetige Zunahme von Cyberattacken sind Unternehmen zunehmend auf der Suche nach Lösungen, die ihre wertvollen Daten sicher aufbewahren. Und drittens geht es darum, immer größere Mengen an Daten und Informationen effizient und sinnvoll nutzen zu können. Dies alles erzeugt Nachfrage für unsere engagierten Partner.

connect professional: Hat sich der Markt für Archivierung, Datenmanagement und Datensicherheit in den letzten Jahren verändert? Gab es beispielsweise eine Marktkonsolidierung oder sind neue Mitbewerber aufgetreten?

Artishdad: Eine Entwicklung der letzten Jahre ist, dass einige Anbieter von US-Unternehmen übernommen wurden. Aktuell erleben wir im Markt, dass dies von potenziellen Kunden als nachteilig empfunden wird. Unternehmen legen gerade in Bereichen wie Archivierung und Datenmanagement zunehmend Wert auf ihre digitale Souveränität. Sie achten deshalb verstärkt auf Lösungen, die im Idealfall in Deutschland entwickelt und gegebenenfalls gehostet werden. Dies kommt unseren Partnern und uns zugute.

connect professional: Wie schätzen Sie die Aussichten in Ihrem Geschäftsfeld für dieses Jahr und mittelfristig in den kommenden Jahren ein?

Artishdad: Trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen wird der Markt definitiv von den bereits erwähnten regulatorischen Anforderungen und der zunehmenden Bedrohung durch Cyberangriffe profitieren. Am Thema der gesetzlich vorgeschriebenen Archivierung kommen Unternehmen ohnehin nicht vorbei. Da wir als deutsches Unternehmen zudem einige Alleinstellungsmerkmale aufweisen und die Nachfrage nach Sicherheit und Unabhängigkeit abdecken können, sehe ich Artec auch für die nächsten 30 Jahre gut aufgestellt. ■

Mit Julia Gonzalez und Nils Artishdad (re.) hat jetzt die Nachfolgenergeneration die Verantwortung von Jerry J. Artishdad übernommen.



Xerox und Lexmark bündeln Print-Vertrieb und Portfolio

Xerox führt die Vertriebsorganisationen von Lexmark und Xerox im Druckbereich zusammen. Ein neues Führungsteam soll die strategische Neuausrichtung in Kernmärkten vorantreiben. In der DACH-Region verantwortet der langjährige Lexmark-Deutschland-Chef Michael Lang die Vereinheitlichung.

Autorin: Michaela Wurm

► Nach der Übernahme von Lexmark im Juli vergangenen Jahres organisiert Xerox jetzt seine globale Vertriebsstruktur für den Druckbereich neu und integriert die Portfolios.

Wichtigste Neuerung ist die Zusammenlegung der Vertriebsorganisationen von Xerox und Lexmark im Druckbereich mit dem Ziel, den „Vertrieb zu vereinheitlichen, den regionalen Fokus zu schärfen und das Unternehmen in die Lage zu versetzen, Marktanteile zurückzugewinnen und das Wachstum in wichtigen Lösungsbereichen voranzutreiben“. Die neue Struktur soll im zweiten Quartal 2026 in Kraft treten.

Die bislang getrennten Vertriebsorganisationen von Xerox und Lexmark sollen dann auch mit einem zunehmend integrierten Portfolio aus Druckern, Multifunktionssystemen (MFPs), Software und Services am Markt agieren. Bestehende Xerox-Kunden und -Partner bekommen künftig über ihre gewohnten Ansprechpartner weltweit Zugang zu Lexmark-Systemen. Xerox nennt hier explizit seine 9er-Serie, mit der Xerox seine A3-Plattform um eine Produktreihe erweitern kann.

Änderungen im DACH-Markt

Der bisherige Chef von Lexmark Deutschland, Michael Lang, soll die Lexmark- und Xerox-DACH-Organisation als Verantwortlicher für den Channel- und Behörden-sektor zusammenführen. Holger Wadewitz wird für das neue Named-Account-Team im DACH-Raum verantwortlich sein. Melanie Goddard wird künftig das Team Global Accounts, Regional Service Managers, and Alliances in der Named-Accounts-Organisation für West-europa leiten.

„Durch die Vereinheitlichung des Vertriebsmodells von Xerox und Lexmark können wir Redundanzen beseitigen, die Effizienz verbessern und unsere Fähigkeit zur Wertschöpfung steigern, während wir uns stärker auf nachhaltige Umsätze, Rentabilität und langfristige Leistung konzentrieren“, so Jacques-Edouard Gueden, Chief Revenue Officer bei Xerox. „Mit einem auf jede Region abgestimmten Markteinführungsmodell, das von starken Partnern und erfahrenen Teams unterstützt wird, bauen wir eine Vertriebsstruktur auf, die fokussierter, effizienter und wettbewerbsfähiger ist.“



Michael Lang übernimmt die Verantwortung für den Channel- und Behörden-sektor der DACH-Region.

Das aktualisierte Go-to-Market-Modell unterscheidet drei Regionen: Nordamerika, Westeuropa und den „Rest der Welt“. Ergänzt wird es durch eine Abteilung für globale Production Print Services sowie zwei spezialisierte Teams für Distribution und Innenvertrieb.

Nordamerika und Westeuropa sollen in einem einheitlichen Segmentierungsmodell abgedeckt werden. Der Direktvertrieb konzentriert sich auf Unternehmens- und Firmenkunden. Partner übernehmen den erweiterten Hardware-Vertrieb und die Betreuung von KMU, bei der sie von Inside Sales unterstützt werden.

Neues Führungsteam übernimmt

Zur Unterstützung der neuen Struktur hat Xerox außerdem neue Führungskräfte ernannt: Clay Mooring (Managed Accounts, Nordamerika), Karl Boissonneault (Channel, Nordamerika), Thomas Valjak (Channel, Westeuropa), Danny Molhoek (Managed Accounts, Westeuropa), Cindy Arbeau (Xerox Digital Sales), Mandeep Saini (APAC, OEM und Alliances), David Dyas (International Operations), Yolanda Camberos (Distribution Operations) und Terry Antinora (Global Production Print Services).

Bild: Lexmark

Fsas Technologies
a Fujitsu company

1. – 2. Juli Showpalast München Fsas Technologies Summit 2026

Windows Server 2025: Modernize
and prepare for the future.

Der Fsas Technologies Summit ist auch in diesem Jahr ein Must-be-Event für alle, die mit innovativen Lösungsstrategien, praxisnahen Antworten und inspirierenden Impulsen den nächsten Schritt in eine nachhaltig erfolgreiche Zukunft gehen möchten.

Perspektiven, Ideen, Lösungen.

Profitieren Sie von wertvollen Einblicken und intensivem Austausch rund um topaktuelle Themen wie Datenresilienz, Künstliche Intelligenz, Hybrid IT, SAP und Quantencomputing.

Melden Sie sich am besten gleich jetzt an!

Unsere Summit Themen 2026:



Data Resilience
Erreichen Sie Kontinuität, Compliance und sicheres Wachstum.



Künstliche Intelligenz
Europäische On-Premise KI: Sicher und Vertrauenswürdig.



SAP Solutions & Services
SAP S/4HANA mit einem KI-gestützten, daten-getriebenen Ansatz.



Technologie Innovation
Lösungen für eine nachhaltige, effizientere Zukunft schaffen.



IT-Consulting
Optimieren Sie Ihre IT mit individueller Beratung von Cloud bis KI.



Hybrid IT
Optimierte Leistung, Kosten, Sicherheit und Workload-Portabilität.



**Jetzt informieren
und gleich anmelden.**
Wir freuen uns auf Sie!

Pilotprojekt mit Bluetooth Auracast am Frankfurter Flughafen

Der Frankfurter Flughafen erprobt gemeinsam mit Projektpartnern den Einsatz der Bluetooth-Broadcast-Technik „Auracast“. Vorbereitungsphase und Pilotprojekt lieferten bereits erste Erkenntnisse, von denen auch andere potenzielle Einsatzorte profitieren können.

Autor: Hannes Rügheimer Redaktion: Diana Künstler



Bild: Frankfurt Airport

und Mitarbeitenden gesammelt werden, um diese in einer späteren Umsetzung berücksichtigen zu können.

Das Ziel: Ruhigere Flughäfen, bessere Verständlichkeit

Der Test wurde teilweise durch das öffentliche Förderprogramm Distr@I finanziert, einer Initiative des Landes Hessen zur digitalen Barrierefreiheit. Dabei sollen innovative digitale Projekte durch enge Zusammenarbeit zwischen Forschung und Industrie unterstützt werden. Die Leitung des Projekts übernahm Projektpartner Sittig Technologies gemeinsam mit Fraport und der Frankfurt University of Applied Sciences.

Alexander Laukenmann, Senior Vice President Aviation, Fraport AG, erklärte anlässlich der Präsentation: „Auracast unterstützt das Konzept des ‚Silent Airports‘. Anstelle häufiger Lautsprecherdurchsagen können Passagiere wichtige Gate-Informationen wie Boarding-Aufrufe, Änderungen oder Verspätungen über ihre eigenen Kopfhörer oder Hörgeräte empfangen.“ Dies trage dazu bei, den Lärm im Terminal zu reduzieren und gleichzeitig die Reisenden umfassend und akustisch besser verständlich zu informieren. Hinzu komme, dass die direkt auf die Endgeräte der Passagiere übertragenen Sprachinformationen erheblich besser verständlich sind als über die öffentlichen Lautsprecher. Letztere wird es aber natürlich weiterhin geben, da der Flughafen seine Informationen auch Passagieren übermitteln muss, die über keine passende Empfangstechnik verfügen.

Stressfreier und inklusiver reisen mit Hörgerät

Insbesondere für Hörgeräteträger, von denen es allein in Deutschland laut dem Bundesverband der Hörsysteme-Industrie (BVHI) und dem Deutschen Schwerhörigenbund e.V. (DSB) etwa 4,7 bis 5,4 Millionen gibt, bietet das Angebot klare Vorteile. Denn Reisenden mit Hörverlust fällt es oft besonders schwer, herkömmliche Lautsprecherdurchsagen in belebten Terminals zu hören. „Indem wir Hörgeräteträgern Auracast zur Verfügung stellen, verbessern wir das Reiseerlebnis für

► Ende Januar präsentierte der Frankfurter Flughafen ein Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit den Projektpartnern GN Hearing, Google, Samsung, der Sittig Technologies GmbH und der Bluetooth Special Interest Group (SIG): An den beiden Gates A16 und A17 im Terminal 1 setzt der Airport als weltweiterster Flughafen die Bluetooth-Technologie Auracast für öffentliche Durchsagen ein. Die Idee: Passagiere, die am Gate auf den Einstieg in ihr Flugzeug warten, empfangen Durchsagen direkt über ihre Ohrhörer, Smartphones oder auch Hörgeräte. Das Pilotprojekt soll zunächst zwei Monate lange laufen, um praktische Erfahrungen mit der Umsetzung zu sammeln. Bis Ende März sollen Feedbacks von Reisenden



Bild: Hannes Rügheimer – connect professional

Passagiere mit Hörverlust – sie erhalten einen klareren Zugang zu Gate-Informationen und können ihre Reise reibungsloser und zuversichtlicher gestalten“, sagt Peter Justesen, Präsident von GN Hearing. „Wir hoffen, dass dieses Pilotprojekt viele weitere Flughäfen dazu inspirieren wird, die nächste Ära des vernetzten und barrierefreien Reisens einzuläuten.“ Weltweit sind laut WHO sogar bis zu 1,5 Milliarden Menschen von Hörverlust betroffen – fast jeder Fünfte. Durch die zunehmende Alterung der Bevölkerungen werde die Zahl künftig sogar noch weiter steigen.

Nachrüstung von Flughafen-Gates unaufwendig

Die Ausrüstung eines Flughafen-Gates mit der erforderlichen Technik ist vergleichsweise einfach und kostengünstig: Die im Pilotprojekt von Sittig Technologies realisierte Auracast-Sendeeinheit wird direkt im IP-basierten Ansagesystem „PAXGuide“ der Gate-Mitarbeiter integriert. So müssen keine Änderungen an der vorhandenen Installation und Verkabelung oder sonstige Baumaßnahmen durchgeführt werden, die an Flughäfen viele Genehmigungen und viel logistischen Vorlauf erfordern würden. Auch PA-Systemen anderer Hersteller lassen sich selbstverständlich mit Auracast erweitern beziehungsweise nachrüsten.

Auracast ist ein Unter-Standard des Kurzstreckenfunks Bluetooth, der Audioübertragungen nach dem „Broadcast“-Prinzip von einem Sender an beliebig viele Empfänger in dessen Reichweite überträgt. Technisch basiert Auracast auf Bluetooth 5.2 und dessen Low-Energy-Modus (Bluetooth LE). Um einen Auracast-Sender zu empfangen, müssen ihn Besitzer kompatibler Endgeräte aus einer Liste auswählen, ähnlich wie heute von WLAN bekannt. Auch durch Scannen eines QR-Codes können sich die Nutzer auf den angebotenen Kanal aufschalten. Prinzipiell ist es dann auch möglich, weiter eine eigene Audioquelle wie etwa einen Podcast oder eine Musik-Playlist zu hören, deren Wiedergabe nur dann unterbrochen wird, wenn ein Tonsignal auf dem gewählten Auracast-Kanal ausgestrahlt wird. Die

konkrete Implementation hängt aber vom jeweiligen Geräte- beziehungsweise App-Anbieter ab.

Perspektivisch sei es auch möglich, vorproduzierte oder per Text-2-Speech übersetzte Ansagen auf parallelen Auracast-Kanälen in mehr als 40 Sprachen auszusenden, sodass eine Vielzahl von Passagieren die Sprachinformationen in ihrer Muttersprache empfangen kann.

Kompatibilität und konkreter Funktionsumfang herstellerabhängig

Aus Sicht der Anbieter von Smartphones, Kopfhörern und vernetzten Hörgeräten ist Auracast eine Software-Erweiterung des sogenannten Bluetooth-Stacks. Zu den ersten Anbietern, die dies umgesetzt haben, zählen die am Fraport-Projekt teilnehmenden Partner Samsung und Google (mit jüngeren Modellen seiner Pixel-Smartphones) sowie GN Hearing für seine Smartphone-gestützten Hörgeräte. Weitere Smartphone-Hersteller aus dem Android-Lage werden Auracast mit anstehenden Software-Updates ebenfalls unterstützen.

Noch keine belastbaren Informationen gibt es von Apple – doch Branchenbeobachter gehen davon aus, dass auch dieser Hersteller die entsprechenden Software-Erweiterungen bald in einem der nächsten Systemupdates nachliefern dürfte.

Erfahrungen aus Vorbereitungsphase und Pilotprojekt

Erste Erfahrungen wurden bereits in seit November durchgeführten „stillen Tests“ gesammelt, bis das Projekt Ende Januar offiziell live ging. Marcel Brühne, Referent Passenger & IT Solutions Terminal Process bei der Fraport AG, berichtet aus der Implementations-Phase: „Ein Thema, mit dem wir uns intensiver auseinandersetzen mussten, waren Interferenzen – es gibt an einem Flughafen sehr viele Signale auf der Bluetooth-Frequenz 2,4 Gigahertz, beispielsweise WLAN-Hotspots und andere laufende Bluetooth-Übertragungen.“ Die Problematik ließ sich aber durch Konfigurationsoptimierungen vonseiten Sittig Technologies beheben. Dennoch sei die nun gestartete zweimonatige Testphase dafür gedacht, den Service unter Alltagsbedingungen zu evaluieren, zu optimieren und in Zusammenarbeit mit den beteiligten Partnern Best Practices abzuleiten. „Wir sind absolut offen dafür, unsere Detailerfahrungen auch mit anderen Partnern wie zum Beispiel auch anderen Airports zu teilen“, betont Johannes Sittig, CEO US von Sittig Technologies. Auch den Einsatz der Technologie in anderen Umgebungen wie etwa Bahnhöfen, Shopping-Zentren, Sportarenen, Fitness-Clubs, Hörsälen, Museen oder Theatern begleite man gerne.

Offizielle Ankündigungen, wie es nach der Pilotphase des Flughafen-Projekts weitergehen wird, gibt es bislang noch nicht. Allerdings sprechen die einfache und kostengünstige Implementation und die klaren Vorteile für die Passagiere dafür, dass sowohl Fraport als auch andere Airports – und auch andere interessierte Locations – nicht mehr allzu lange damit warten dürften, Auracast-basierte Durchsageservices breiter einzuführen.

Zukunftssichere Kommunikations- und Sicherheitslösung mit AGFEO und Shelly für die Freiwillige Feuerwehr Freindorf



► Die Freiwillige Feuerwehr (FF) Freindorf, eine Feuerwehr in Oberösterreich im einsatzstarken Zentralraum südlich von Linz, feierte kürzlich ihr 100-jähriges Bestehen und nutzte dieses Jubiläum als Anlass für einen umfassenden Relaunch ihrer technischen Infrastruktur. Im Zuge dieser Modernisierung wurde eine zeitgemäße AGFEO Kommunikations- und Sicherheitslösung implementiert, die eine Vielzahl von Anforderungen abdeckt.

Heraus- und Anforderungen

Die FF Freindorf ist mit jährlich über 100 Einsätzen stark gefordert. Neben Einsätzen auf Autobahnen, Bahnstrecken, Gewässern und Industrieanlagen sind moderne Kommunikations- und Sicherheitssysteme essenziell. Eine besondere Herausforderung stellte die Absiche-

In das AGFEO Dashboard wurde eine 2N Sprechanlage mit Hausinnenstation inklusive Anzeige von IP-Kameras zur Überwachung integriert.

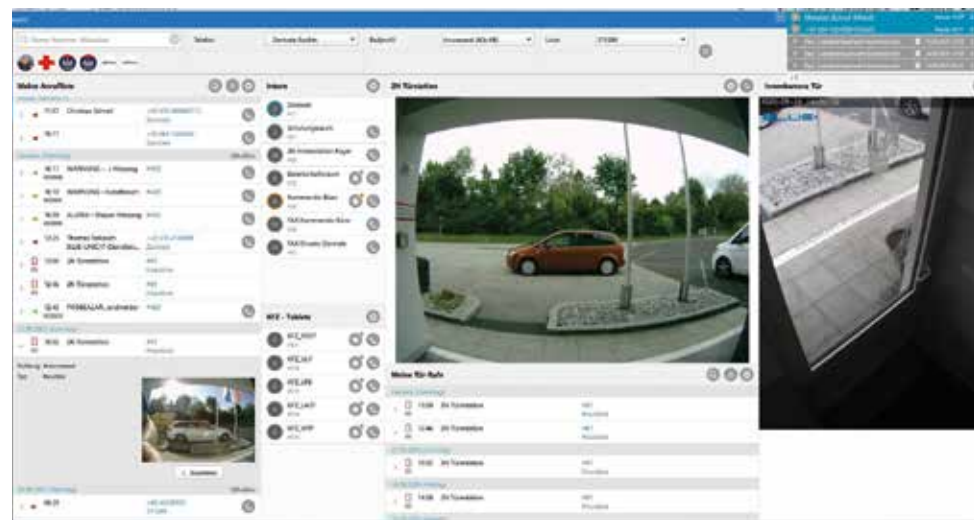
rung gegen Brände im Feuerwehrhaus dar, da zahlreiche Akkus in Einsatzfahrzeugen ein nicht zu unterschätzendes Risiko bedeuten. Zudem sollte die Haustechnik effizient überwacht und gesteuert werden können.

Die Entscheidung für AGFEO – Nachhaltigkeit pur

AGFEO Diamant-Partner Thomas Farkasch, Geschäftsführer der BLUE-UNIC IT-Dienstleistungen GmbH aus Gallspach, ist bereits seit 2008 mit AGFEO vertraut. Damsals wurde im Rahmen eines Zu- und Umbaus die erste AGFEO-Anlage – eine AS 35 All in One + AGFEO TFE (Türsprecheinrichtung) – eingebaut, um eine zusätzliche analoge Geheimnummer zu realisieren. Diese bewährte sich besonders, da sie beim Hochwassers 2002 – als die offizielle Rufnummer des Feuerwehrhauses durch massenhafte Anrufe blockiert wurde – kaum genutzt werden konnte. Nach mehr als 15 Jahren zuverlässigen Betriebs wurde bei der Modernisierung auf eine AGFEO ES 516 mit installiertem Upgrade Kit gesetzt, da beim AGFEO Partner eine gebrauchte ES 516 vorhanden war, sich die Gelegenheit für ein Upgrade bot und auch noch analoge FAX-Geräte genutzt werden.

Umgesetzte Lösungen

Die neue Anlage wurde umfassend in die Infrastruktur der Feuerwehr eingebunden. Statt eines klassischen



VOLLE KONTROLLE
Im Kontrollraum hat man dank smarter AGFEO-Lösungen nun alles im Griff.

Telefons wurde im Gemeinschaftsraum eine 2N Hausinnenstation mit Grafikdisplay und als Glocke eine 2N Sprechanlage mit Kamera erfolgreich in das neue AGFEO Dashboard und in die AGFEO Anlage integriert, die, wie auch das Dashboard, die vorhandenen IP-Kameras von Drittanbietern zur Überwachung anzeigen kann. Um die Brandfrüherkennung zu verbessern, entschied sich die FF Freindorf im Eigeninteresse für die Einbindung von Shelly Smoke, da eine vollwertige Brandmeldeanlage in Österreich einer Gemeinde bzw. dessen Feuerwehrhäusern nicht vorgeschrieben sind. Diese Lösung sendet Brandmeldungen nicht nur über die Shelly App sondern auch per Stapelruf über das AGFEO Kommunikationssystem an alle Schlüsselpersonen aus dem Kommando der Feuerwehr. Ebenso wurde bei der Gasheizung zur Gasdetektion Shelly GAS integriert, dessen Sensoren bei Gasleckagen eine Warnung und Alarm auslösen und die Verantwortlichen ebenfalls per Stapelruf und E-Mail informieren.

Ein weiteres wichtiges Element der Modernisierung war die Zugangskontrolle, die Tür- und auch Garagentorsteuerung. Die rückwärtigen elektrischen Sektionalttore lassen sich nun zusätzlich auch per Telefonanruf oder App öffnen, was insbesondere für die mit Tablets ausgestatteten Einsatzfahrzeuge von Vorteil ist. Auch die Haustechniküberwachung wurde optimiert: Die bisherige SMS-Alarmierung wurde durch eine smartere Lösung ergänzt und wird diese in Zukunft ablösen. Sensoren erfassen Temperaturüberschreitungen im Technikraum, Stromausfälle am Hausnetz oder Druckluftprobleme in der zentralen Kompressor-Anlage und lösen gezielte Alarmer über AGFEO aus.

Zusätzlich wurde die gesamte IT- und Telefonanlage durch eine unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV) gesichert. Dadurch bleibt die Einsatzbereitschaft min. 60 Minuten auch bei Stromausfällen erhalten und stellt sicher, dass die Feuerwehr jederzeit handlungsfähig bleibt und genügend Vorlaufzeit für eine Notstromspeisung bekommt.

Ergebnisse und Fazit

Farkasch resümiert: „Die Modernisierung der Telekommunikations- und Sicherheitsinfrastruktur der FF Frein-



dorf, u. a. mit Komponenten von AGFEO, hat sowohl die Effizienz als auch die Sicherheit der Einsatzkräfte maßgeblich verbessert. Obwohl beispielsweise der Betrieb genormter oder zertifizierter Brandmeldeanlagen aufgrund fehlender Verpflichtungen sowie finanzieller Rahmenbedingungen nicht realisierbar ist, konnte durch die Integration zahlreicher smarter Lösungen verschiedener Hersteller ein durchdachtes, flexibles und zukunftssicheres System mit AGFEO geschaffen werden. Dabei ist selbstverständlich, dass smarte Assistenzsysteme keine Brandmeldeanlagen ersetzen können. Dennoch bietet die neue, vergleichsweise kostengünstige Lösung der Feuerwehr die Möglichkeit, ihr Feuerwehrhaus selbstständig zu überwachen und zu steuern – basierend auf der verlässlichen, leistungsfähigen und skalierbaren Kommunikationsplattform von AGFEO. Dadurch wird ein moderner technischer Standard erreicht, der den Anforderungen einer zeitgemäßen Feuerwehrorganisation gerecht wird, aber die Kosten überschaubar hält.“

► *Mit dem AGFEO Upgrade Kit erhalten die Kommunikationssysteme ES 512, ES 516, ES 522 oder ES 522 IT mehr Power, mehr Performance und mehr Features. So kann ein System zum Beispiel u.a. auf acht VoIP-Kanäle erweitert und die leistungsstarke CTI-Software AGFEO Dashboard genutzt werden. Zusätzlich erhöht sich die Voiceboxkapazität auf 240 Minuten und man hat die Möglichkeit, via Lizenzen die Anzahl der AIS-Kanäle und TAPI-Nutzer zu erhöhen sowie die AMS-Funktion freizuschalten. Damit ist die Nutzung von Geofencing und die Verwendung der AGFEO Dashboard App via Handy möglich.

„Wir sind kein Online-Shop, wir haben einen“

Jacob Elektronik hat sich vom stationären Elektronikhändler zum Webshop-Betreiber für Consumer und Business-Kunden mit mehr als einer Million Produkten entwickelt. Das Unternehmen sieht sich aber nicht als Etailer oder Plattformbetreiber, sondern als „IT-Händler mit Value Add“, wie Mario Fladt, Director Sales & Marketing, betont. Die Kunden bekommen auch technische Expertise und Beratung.

Autorin: Michaela Wurm

► Mit seinem Geburtsjahr 1990 gehört Jacob Elektronik schon zu den Veteranen der IT-Branche in Deutschland. Gegründet wurde das Unternehmen von Thomas Jacob zunächst als Anbieter von elektronischen Baugruppen für den gewerblichen Bedarf. Schnell wurde das Sortiment jedoch um PC-Zubehör wie Kabel, Stecker und Adapter erweitert.

Zehn Jahre gab es nur ein stationäres Ladengeschäft. 2000 eröffnete Jacob Elektronik seinen Online-Shop und gehörte damit auch zu den E-Commerce-Pionieren. Der Shop hatte mit 2.000 Produkten schon ein sehr breites Portfolio. Und schnell kamen mehr dazu. Einkaufen konnte jeder: private wie gewerbliche Endkunden und auch Wiederverkäufer.

Lange blieb das Verhältnis von B2C und B2B recht ausgewogen. In den letzten Jahren sei der B2B-Bereich jedoch immer stärker in den Fokus gerückt, jedoch ohne B2C abzuschnneiden, wie Mario Fladt, Director Sales & Marketing, im Gespräch mit connect professional betont.

Heute umfasst das Sortiment mehr als eine Million Produkte. Nicht alles liege auf Lager, wie Patrick Lemler, Director Supply Chain, berichtet. „Manches machen wir nur auf Zuruf, wie Weiße Ware. Wir haben nicht alles im Shop, aber wir wissen, wo wir es kriegen.“

Image des „billigen Jacob“ abgeschüttelt

Hersteller und Distributoren wissen um das Risiko von Channel-Konflikten, wenn sie gleichzeitig an Endkunden und Händler verkaufen. Und auch bei Jacob musste man sich damit auseinandersetzen, wie Fladt bestätigt. „Viele Hersteller wollten ursprünglich gar nicht mit uns zusammenarbeiten, weil sie uns als B2C-Anbieter und ‚billiger Jacob‘ wahrgenommen haben.“

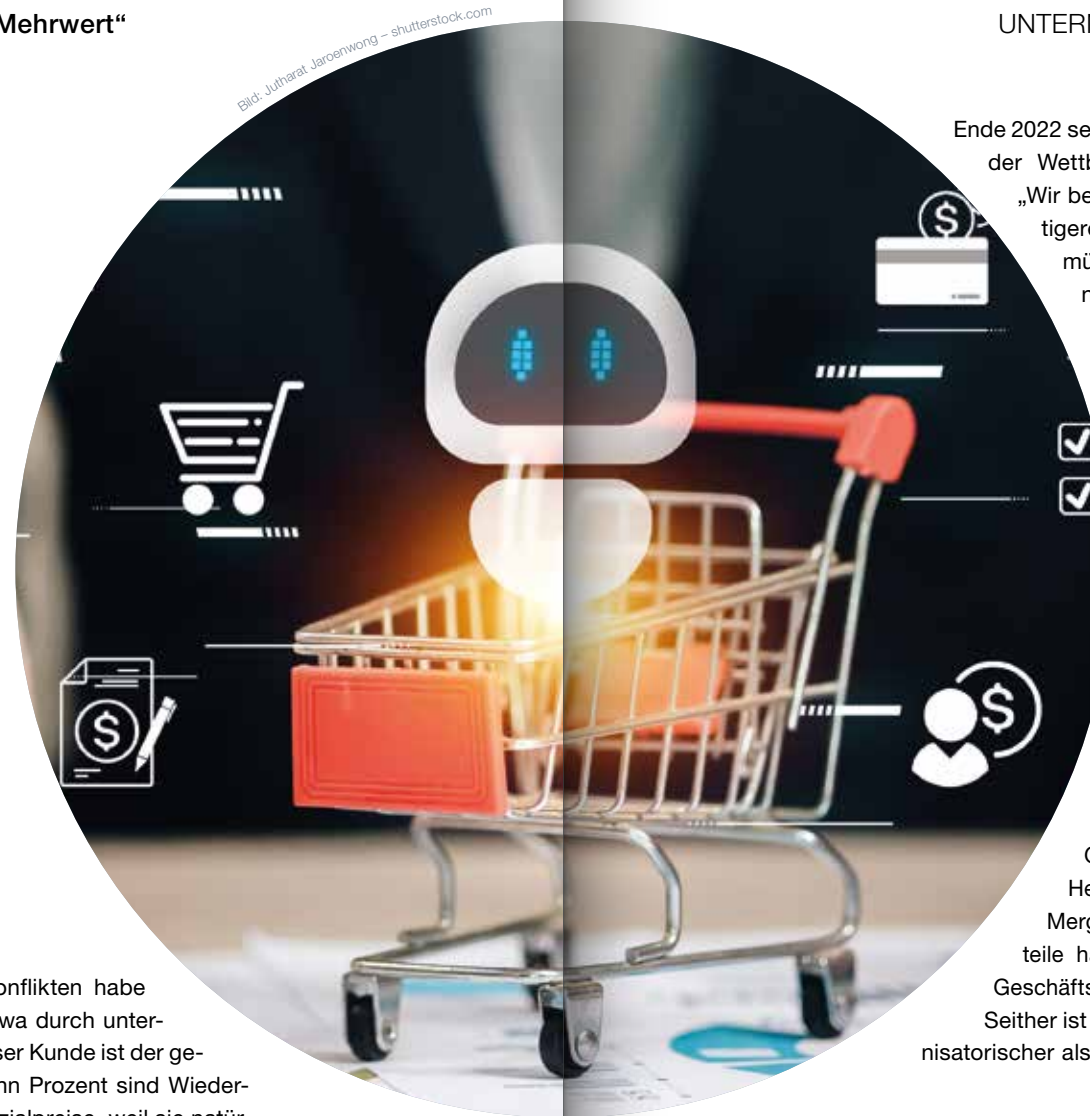
Das Problem von Channel-Konflikten habe man erfolgreich entschärft, etwa durch unterschiedliche Preismodelle. „Unser Kunde ist der gewerbliche Endkunde, etwa zehn Prozent sind Wiederverkäufer. Die bekommen Spezialpreise, weil sie natürlich auch größere Mengen abnehmen“, so Fladt.

Den USP von Jacob Elektronik sieht er im Dreiklang aus „riesigem Portfolio, persönlichen Ansprechpartnern sowie technischer Expertise und Beratung für die Kunden“. Deshalb sei das Unternehmen kein reinrassiger Distributor, aber auch keine Beschaffungsplattform wie ITscope. Mit Etailern wie Cyberport oder NBB habe man auch nur wenige Überschneidungen, denn die hätten alle nur einen kleinen B2B-Anteil am Geschäft. „Wir sind IT-Händler mit Value Add. Wir sind kein Online-Shop, wir haben einen“, so Fladt.

Zielgruppe sind Kunden, die „keine Bechtle brauchen“. Denn sie können bei Jacob Elektronik alle Produkte finden, die sie benötigen, und bekommen nach Bedarf technische Expertise und Beratung dazu. In den letzten Jahren sei man daher auch näher an die Kunden gerückt und nicht nur am Stammsitz in Karlsruhe präsent, berichtet Fladt. Ziel war es, deutschlandweit nur zwei Stunden von jedem Kunden entfernt vertreten zu sein. Mit inzwischen zehn Standorten, inklusive dem Hauptsitz, sei dieses Ziel heute erreicht.

Kistenschieben reicht nicht mehr

Viele Jahre ging es mit Portfolio, Geschäft und Standorten immer nur nach oben. Über Jahre sei Jacob solide zehn Prozent jährlich gewachsen, berichtet Fladt. Während der Covid-Lockdowns und dem Peak bei Homeoffice seien es sogar 40 Prozent gewesen. Auch in der Post-Covid-Zeit lief es zunächst noch sehr gut.



Ende 2022 sei der Markt gesättigt gewesen und der Wettbewerb seitdem deutlich härter.

„Wir bewegen uns in einem deutlich blutigeren Haifischbecken. Das heißt wir müssen schneller schwimmen und noch beweglicher sein“, bringt es Fladt auf den Punkt. „Wir mussten uns neu denken. Vorher sind wir einfach immer drauflos gewachsen. Das funktionierte nicht mehr. Reines Kistenschieben reichte nicht mehr. Wir merkten, die Kunden wünschen sich mehr, beispielsweise Finanzierungsmodelle.“

Kunden wollen mehr als einen Gemischtwarenladen

2022 erfolgte der Management Buy-out durch die langjährigen Geschäftsführer Christian Pochat, Hendrik Hörschelmann und David Mergenthaler, die auch zuvor schon Anteile hatten. Sie übernahmen sämtliche Geschäftsanteile der Gründerfamilie Jacob. Seither ist einiges passiert, sowohl auf organisatorischer als auch strategischer Ebene. Sicht-

bar auch nach außen mit dem Umzug in ein neues, modernes Gebäude im Technologiepark Karlsruhe. Das Management wurde neu aufgestellt und unter der Geschäftsführungsebene eine weitere eingezogen mit fünf Prokuristen, zu denen auch Fladt und Lemler gehören.

Vor Kurzem wurde das Führungsteam weiter ausgebaut. Drei neue Abteilungsleiter übernahmen zentrale Unternehmensbereiche, um Beratungskompetenz, Servicequalität und digitale Vertriebsaktivitäten gezielt weiterzuentwickeln: Stefan Rohne (Head of Competence Center), Tobias Hardt (Head of Customer Service & Return Logistics) und Patrick Scherr (Head of E-Commerce).

„Wir haben unser Profil geschärft, sind jetzt ein IT-Händler mit großem Sortiment für KMU und Reseller“, berichtet Fladt. Aber auch Consumer würden weiter bedient. IT-Handel sei nach wie vor Kerngeschäft, aber heute wollten die Kunden mehr als nur einen Gemischtwarenladen. „Sie wollen möglichst viel aus einer Hand, auch Finanzierung, Produkt-Lifecycle-Management bis zur Rücknahme von Gebrauchsgütern. Wir werden Hardware nie ganz aufgeben, müssen aber auch Trendthemen aufgreifen“, so der Manager.

Auch ein neuer Webshop sei in Arbeit, der künftig B2C und B2B klarer trenne. Zwar sei schon vieles automatisiert, 80 Prozent meint Lemler, anders ginge das gar nicht bei der Vielzahl an Lieferanten. Und natürlich sei auch KI ein großes Thema, um noch schneller zu werden im Durchsatz. ■



Der Hauptsitz des IT-Händlers liegt im Technologiepark Karlsruhe.



Patrick Lemler, Director Supply Chain bei Jacob Elektronik



Mario Fladt, Director Sales & Marketing bei Jacob Elektronik

KOOP 2026: Neue Impulse für den Fachhandel

Die KOOP 2026 in Hannover zeigte eine technologisch gut aufgestellte Branche im schwierigen Marktumfeld. KI, Reparaturinitiativen und Omnichannel-Strategien sollen den Fachhandel stärken – entscheidend bleibt jedoch die konsequente Umsetzung am POS.

Autor: Thomas Birkner Redaktion: Andrea Fellmeth



Alle Bilder: T3H-News

bringen sollen; und auf dem Ausbau stationärer und digitaler Touchpoints, um Beratung und Verfügbarkeit enger zu verzahnen und schließlich auf der Kunden- und Mitarbeiterbindung unter dem Leitmotiv „Kunden zu Fans machen“. Euronics wiederum betonte die Stärke seiner dezentralen Struktur mit über 1.000 Mitgliedern und mehr als 1.200 Standorten. Die Kombination aus lokaler Beratung, Services vor Ort und digitaler Infrastruktur bleibe ein zentraler Wettbewerbsvorteil.

Gemeinsame Interessen bündeln

Ein Schwerpunkt der Messe war die branchenübergreifende Zusammenarbeit. Expert, Euronics, Electronic Partner und Wertgarantie adressieren gemeinsam politische Themen wie das „Recht auf Reparatur“. Die Initiative soll die Sichtbarkeit des

mittelständischen Fachhandels erhöhen und dessen Position gegenüber Industrie und Politik stärken.

Bemerkenswert ist der Einsatz eines KI-gestützten Expert-Ratgebers, der ab Sommer Mitarbeitende bei Service- und Reparaturanfragen unterstützt. Das System soll komplexe Fragestellungen rechtssicher beant-

Über die KOOP

► Die KOOP ist die gemeinsame Kooperations- und Ordermesse der beiden großen deutschen Fachhandelsverbünde Euronics und Expert SE im Elektrofachhandel, die als zentrale Branchenplattform für Industriepartner und Handel dient. Sie findet seit 2026 auf dem Messegelände in Hannover statt, nachdem der Standort zuvor in Berlin beheimatet war. Die KOOP 2026 wurde vom 1. bis 2. März 2026 abgehalten und diente als Treffpunkt für Hersteller, Entscheidungsträger und Händler der Bereiche Consumer Electronics, Home Appliances und IT, um Produktneuheiten, Services und strategische Themen zu präsentieren und zu diskutieren.

► Die KOOP – erstmals in Hannover ausgerichtet – präsentierte sich Anfang März als stark frequentierte Branchenplattform, die nach Jahreszeit und in ihrer Dichte an Ausstellern teilweise an frühere CeBIT-Jahre erinnerte. Rund 200 Hersteller aus Consumer Electronics, IT, Telekommunikation und Hausgeräten nutzten die Halle 9, um Lösungen zu zeigen, die speziell auf die Bedürfnisse der beiden Kooperationen Expert (eigene Schreibweise: „expert se“) und Euronics zugeschnitten waren. Beide Verbünde traten mit hoher Präsenz auf und unterstrichen damit die Bedeutung des stationären Fachhandels in einem zunehmend volatilen Marktumfeld.

Der Eindruck von Expert und Euronics

Expert zog nach neun Monaten des Geschäftsjahres 2026 eine verhaltene Bilanz. Die Konsumzurückhaltung und steigende Lebenshaltungskosten dämpften weiterhin die Nachfrage, dennoch sieht sich die Verbundgruppe mit rund zwei Milliarden Euro Umsatz stabil positioniert. Die klare Fokussierung liegt hier auf Frequenz- und selektiven Sortimenten, die Kunden gezielt in die Märkte



Gigaset bringt zum Beispiel mit Babyüberwachungspho-nes KI ins Kinderzimmer.

worten und perspektivisch um Themen wie Verfügbarkeiten erweitert werden. Für den Fachhandel kann dies ein Effizienzgewinn sein – vorausgesetzt, die KI bleibt transparent, nachvollziehbar und sauber in bestehende Workflows integriert.

Side-step KI im Einzelhandel: Chancen und offene Fragen

Mit „SoundHound AI“ präsentierte ein Anbieter auf dem ebenfalls gerade in Barcelona stattfindenden Mobile World Congress ein praxisnahes Beispiel für KI-gestützte Verkaufsunterstützung. Der Voice-Agent „Sales Assist“ hört mit und analysiert Kundengespräche in Echtzeit und blendet passende Tarifoptionen, Zubehör oder Aktionen ein. Technisch interessant ist die modulare Architektur, die CRM-, Billing- und Produktdatenquellen orchestriert und damit kontextbezogene Empfehlungen ermöglicht.

Allerdings zeigt sich hier auch die Schattenseite: Die Verarbeitung von Sprachdaten im Hintergrund wirft datenschutzrechtliche Fragen auf. Nach europäischem Recht ist eine solche Analyse nur zulässig, wenn Kunden klar informiert werden und einwilligen. Für den Fachhandel bedeutet das: KI-gestützte Assistenzsysteme sind nur dann einsetzbar, wenn Transparenz und DSGVO-Konformität gewährleistet sind.

Produktrends: Beratung, Design und sensorbasierte Funktionen

Viele Hersteller präsentierten Produkte, die sich besonders für beratungsintensive Verkaufssituationen eignen: **Loewe Leo** – ein audiophiler Kopfhörer mit hochwertiger Verarbeitung, klar strukturierten Bedienelementen und deutscher Sprachsteuerung. Ein klassisches Beispiel dafür, wie sich Premium-Audio im Fachhandel besser erklären und erleben lässt.

Sennheiser RS 275 – mit dem neuen TV-Kopfhörer-Bundle lassen sich Filme, Serien und Live-Übertragungen via Auracast-Technologie kabellos und mit extrem niedriger Latenz bei der Synchronisation von Bild und Ton genießen. Der Kopfhörer verbindet sich auch mit anderen Bluetooth-Geräten wie Smartphone oder Tablet.

Gigaset/VTech – neue Babyüberwachungsprodukte mit akustischer und optischer Analyse sowie KI-gestützter, abgestufter Alarmierung.

AEG vernetzt Backöfen – führt Nutzer Schritt für Schritt durch Rezepte, erkennt Garzustände automatisch und bietet Schnellprogramme wie eine Pizza in drei Minuten. Die Kombination aus Sensorik, App-Anbindung und dynamischer Temperaturregelung zeigt, wie Smart-Home-Funktionen zunehmend alltagstauglich werden, auch in der Küche.

Marketingimpulse: Fußball-EM und Markenbotschafter

Mit Blick auf die Fußball-Weltmeisterschaft setzt Expert auf erhöhte Kundenfrequenz. Die Kampagne „Wir machen Kunden zu Fans“ wurde prominent präsentiert – inklusive Markenbotschafter Rudi Völler, der vor Ort für hohe Aufmerksamkeit sorgte. Solche Maßnahmen können kurzfristig Frequenz erzeugen, ersetzen aber nicht die Notwendigkeit einer dauerhaften aktiven Kundenansprache im Markt.

Beobachtungen in der Messehalle: Zurückhaltung trotz Besucherandrang

Auffällig war, dass viele Stände trotz recht hoher Besucherzahlen eher passiv agierten. Häufige Smartphone-Nutzung des Personals – selbst am Sonntag – vermittelte nicht immer den Eindruck aktiver Kundenorientierung. Gerade in einem Marktumfeld, das von Konsumflaute geprägt ist, wirkt diese Zurückhaltung kontraproduktiv. Fachhandel lebt von Beratung, Interaktion und Präsenz – und genau diese Faktoren entscheiden über Kaufimpulse.

Fazit

Die KOOP 2026 zeigte eine Branche, die technologisch gut aufgestellt ist, aber kommunikativ noch vorsichtig agiert. KI-Funktionen sind in vielen Produkten bereits integriert, werden jedoch selten offensiv beworben – aus Sorge, Kunden zu überfordern oder abzuschrecken. Gleichzeitig bieten Kooperationen, neue Assistenzsysteme und das „Recht auf Reparatur“ echte Chancen für den Fachhandel.

Entscheidend wird sein, wie aktiv die Händler diese Möglichkeiten nutzen und wie konsequent sie Beratung, Service und digitale Werkzeuge miteinander verbinden. ■

Markenbotschafter Rudi Völler (3. v. li.) war live vor Ort.



TAROX PRO PORTAL: Der Cloudmarktplatz, der System- häuser wirklich entlastet



TAROX

<https://new.tarox-pro.de/>

Wer heute als Systemhaus mit bis zu 25 Mitarbeitenden am Markt besteht, kennt die Realität: Kunden erwarten ganzheitliche Cloud-Strategien, transparente Abrechnung, schnelle Bereitstellung – und das alles ohne administrativen Overhead. Gerade im Mittelstand zählen Verlässlichkeit, Kalkulationssicherheit und Tempo. Genau hier setzt der Cloudmarktplatz TAROX PRO der TAROX AG an.

► Anders als viele Marktplätze, die vor allem als reine Bestellplattformen fungieren, ist TAROX PRO konsequent auf den operativen Alltag von Resellern und MSPs ausgerichtet. Der Fokus liegt auf einfacher Bedienung, klarer Struktur und automatisierten Prozessen. Vom ersten Login an wird deutlich: Dieser Marktplatz wurde nicht für Vendor-Reporting gebaut, sondern für Systemhäuser.

Ein zentrales Differenzierungsmerkmal ist die Verwaltung von Microsoft CSP-Lizenzen. Lizenzänderungen, Upgrades, Laufzeiten oder Nutzeranpassungen lassen sich komfortabel administrieren. Die Transparenz über alle Kundenmandanten hinweg reduziert Fehlerquellen und spart wertvolle Zeit. Gerade für kleinere Häuser oh-

ne dediziertes Lizenzmanagement-Team ist das ein spürbarer Effizienzgewinn.

Hinzu kommt eine sauber dokumentierte API-Schnittstelle. Reseller können Drittanbietersysteme – etwa ERP- oder PSA-Lösungen – direkt anbinden. Das schafft durchgängige Prozesse von der Bestellung bis zur Abrechnung. Medienbrüche werden vermieden, manuelle Nachpflege entfällt. Für wachsende MSP-Modelle ist das ein strategischer Vorteil.

Stichwort Abrechnung: TAROX PRO vereinfacht nicht nur die Beschaffung, sondern auch die Weiterberechnung von MSP-Leistungen erheblich. Wiederkehrende Services lassen sich strukturiert verwalten, sauber kalkulieren und transparent gegenüber dem Endkunden dar-

stellen. Gerade im Projektgeschäft mit mittelständischen Kunden schafft das Vertrauen und Planungssicherheit.

Inhaltlich deckt der Marktplatz ein breites, praxisrelevantes Portfolio ab. Buchbar sind unter anderem das gesamte Microsoft 365-Portfolio sowie Microsoft Azure-Dienste. Ergänzend stehen CodeTwo für professionelle Lizenz- und Signaturverwaltung, S3-Storage von Impossible Cloud sowie das Acronis Cyber Security Portfolio bereit.

Ein besonderer Mehrwert ist die direkte Anbindung an das TAROX Rechenzentrum. Reseller können rechenzentrumsbasierte Infrastruktur unmittelbar im Marktplatz buchen – die Bereitstellung erfolgt automatisiert. Für Kunden bedeutet das schnelle Time-to-Service, für Systemhäuser minimale Implementierungsaufwände.

Doch Technologie allein reicht nicht. Ein entscheidender Baustein ist das TAROX Data Team, das Resellern jederzeit kompetent zur Seite steht. Von Modern-Workplace-Architekten bis hin zu erfahrenen Microsoft-Azure-Architekten erweitert TAROX den Marktplatz um fundiertes Experten-Know-how. Gerade im Umfeld von Microsoft 365 profitieren Partner von technischer Unterstützung, sei es bei komplexen Fragestellungen, Architekturentscheidungen oder bei Migrationsprojekten

im Mittelstand. Für kleinere Systemhäuser bedeutet das: Sie können größere Projekte realisieren, ohne eigenes Spezialisten-Team aufbauen zu müssen. TAROX positioniert sich hier klar als Partner auf Augenhöhe.

Auch im Bereich Qualifizierung denkt TAROX PRO weiter. Das Schulungsangebot der TAROX AG ist direkt integriert. Neben einer Vielzahl an Microsoft-Zertifizierungskursen werden auch KI-Schulungen angeboten – ein Themenfeld, das im Mittelstand zunehmend strategische Relevanz gewinnt.

Der Marktplatz wird kontinuierlich ausgebaut. Der Fokus liegt aktuell auf der Integration weiterer Security-Anbieter wie Securepoint und Bitdefender. Damit entwickelt sich TAROX-PRO zunehmend zu einer zentralen Plattform für moderne IT-Services.

Unterm Strich positioniert sich TAROX PRO nicht als weiterer Distributionskanal, sondern als operatives Werkzeug für Systemhäuser. Wer Effizienz steigern, Prozesse automatisieren und Cloud Services sauber skalieren möchte, findet hier eine Plattform, die den Arbeitsalltag spürbar erleichtert – technologisch wie personell. TAROX steht seinen Partnern dabei nicht nur als Anbieter, sondern als aktiver Unterstützer zur Seite.

KRISTIAN KRAUSE

Leitung TAROX DATA
kristian.krause@tarox.de
Tel.: +49 231 98980 – 351

So bewerten Firmenkunden ihre Mobilfunkanbieter



Bild: SmartPhotoLab - shutterstock.com

Wie stabil ist das Netz im Arbeitsalltag? Wie gut funktioniert der Support – und wie überzeugend sind App und digitale Services? Für das Kundenbarometer Mobilfunk B2B 2026 haben wir Geschäftskunden in der DACH-Region nach ihren Erfahrungen mit ihrem Mobilfunkanbieter befragt. Die Ergebnisse zeigen klare Stärken, aber auch deutliche Unterschiede im Detail.

Autorin: Diana Künstler

► Der B2B-Mobilfunkmarkt im Jahr 2026 bleibt stark in Bewegung: Der Netzausbau geht weiter voran, gleichzeitig steigen die Erwartungen von Unternehmen an stabile Sprach- und Datenverbindungen – nicht zuletzt durch mobiles Arbeiten, standortübergreifende Teams und zunehmend cloudbasierte Anwendungen. Auch Servicequalität, digitale Self-Service-Angebote sowie transparente Tarife gewinnen weiter an Bedeutung, während Kostendruck und Nachhaltigkeitsaspekte bei vielen Firmen stärker in die Anbieterbewertung einfließen.

Ein neuer Aspekt unserer diesjährigen Erhebung ist die Bewertung von Chatbots im Kundenservice. Gerade im B2B-Umfeld spielen automatisierte Erstkontakte, 24/7-Verfügbarkeit und eine schnelle Ticket-Vorqualifizierung eine zunehmend wichtige Rolle. Unternehmen erwarten hier keine Standardantworten, sondern

kontextbezogene, lösungsorientierte Unterstützung – idealerweise integriert in bestehende Serviceprozesse. Eine separate Auswertung dieses Aspekts ist allerdings nur für den deutschen Markt möglich, da hier ausreichend belastbare Rückmeldungen vorlagen.

Vor diesem Hintergrund haben wir erneut gemeinsam mit dem verlagseigenen Institut für Technikthemen (FiT) rund 1.360 Geschäftskunden in der DACH-Region zu ihren Erfahrungen befragt. Für die Ergebnisse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden im Zeitraum Januar/Februar 2026 Firmenmitarbeiter und Selbstständige einbezogen, die ihren Mobilfunkanbieter in der Praxis bewerten konnten.

Die Studie erfasst vier Hauptkategorien:

- Kundenservice
- Marke und Anbieter
- Netzqualität
- Service-App

Insgesamt wurden 28 Einzelaspekte – inklusive der neuen Chatbot-Bewertung – abgefragt und mithilfe des Promoter Score (PS) in Punkte überführt. Der Gesamtscore ergibt sich aus dem Durchschnitt der vier Kategorien.

Mit Blick auf die Ergebnisse im deutschen Anbietermarkt zeigt sich 2026 ein enges Rennen an der Spitze. Während die Telekom ihre führende Position knapp behauptet, rückt 1&1 dicht heran. Vodafone und Telefónica/O2 bewegen sich im stabilen Mittelfeld – mit teils deutlichen Unterschieden in den Einzelkategorien.

An dieser Stelle möchten wir allen, die im DACH-Raum mitgemacht und ihren Teil zu den hier veröffentlichten Umfrageergebnissen beigetragen haben, für die Unterstützung danken.

Was ist der Promoter Score?

► In unserem Kundenbarometer beurteilen die Umfrageteilnehmer die Leistungen ihres Anbieters anhand eines fünfstufigen Bewertungsschemas, das wir auf alle Fragen anwenden. Mit dem Promoter Score (PS) überführen wir die Einzelbewertungen in ein Punkteergebnis. Ein Beispiel: Erhält ein Anbieter von allen Teilnehmern die Bestnote, entspricht das einem maximalen PS von 200. Im schlimmsten Fall liegt der WPS bei -200. Der Wert 0 entspricht einer durchschnittlichen Kundenzufriedenheit.

Die Ergebnisse aus Deutschland im Überblick

Kundenbarometer Mobilfunk B2B Deutschland 2026				
	Deutsche Telekom	1&1	Vodafone	Telefónica/O2
Netz Punkte (Note)	112 (1,9)	103 (2,0)	99 (2,0)	91 (2,1)
Kundenservice	112 (1,9)	118 (1,8)	94 (2,1)	96 (2,0)
Marke/Anbieter	119 (1,8)	118 (1,8)	102 (2,0)	110 (1,9)
App	127 (1,7)	130 (1,7)	109 (1,9)	104 (2,0)
GESAMTERGEBNIS Ø	118 (1,8)	117 (1,8)	101 (2,0)	100 (2,0)

Punkteverteilung: 200 bis 150 „sehr gut“ // 149 bis 50 „gut“ // 49 bis -50 „befriedigend“ // -51 bis -150 „ausreichend“ // -151 bis -200 „mangelhaft“

► In der Gesamtwertung zeigt sich 2026 ein ausgesprochen enges Rennen an der Spitze. Die Telekom sichert sich mit 118 Punkten erneut Platz eins und verbessert sich damit deutlich gegenüber dem Vorjahr (112 Punkte). 1&1 folgt mit 117 Punkten ebenfalls mit klarer Steigerung (Vorjahr: 111). Vodafone bleibt mit 101 Punkten praktisch stabil (Vorjahr: 102), während Telefónica/O2 mit 100 Punkten minimal nachgibt (Vorjahr: 101).

Damit ist 2026 vor allem von einer deutlichen Aufwärtsbewegung der beiden führenden Anbieter geprägt. Besonders Telekom und 1&1 können in mehreren Kategorien spürbar zulegen – allerdings mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Kategorie Netz

connect
professional

BESTES NETZ
Note 1,9 (112 Punkte)

KUNDENZUFRIEDENHEIT
MOBILFUNK B2B

Deutsche Telekom
Februar 2026

Die 4 größten Mobilfunk-Netzbetreiber für Business-Kunden in Deutschland. Eine Studie des FiT. www.connect-professional.de

In der Netzqualität baut die Telekom ihre Führungsposition aus und erzielt mit 112 Punkten erneut den Bestwert – bei gleichzeitiger Verbesserung gegenüber dem Vorjahr (110 Punkte). Besonders deutlich fällt der Zugewinn bei der Netzverfügbarkeit aus (134 Punkte, Vorjahr: 117). Auch Netzabdeckung, Daten- und Sprachqualität

werden weiterhin überdurchschnittlich bewertet.

1&1 verbessert sich auf 103 Punkte (Vorjahr: 97) und kann damit im Netz deutlich aufholen. Vodafone steigt ebenfalls leicht auf 99 Punkte (Vorjahr: 96), während Telefónica/O2 mit 91 Punkten gegenüber dem Vorjahr (93) leicht nachgibt.

Ein bekannter Schwachpunkt bleibt die Netzqualität entlang von Bahnstrecken. Hier erreichen alle Anbieter weiterhin niedrige Werte – wobei 1&1 im Vergleich zum Vorjahr zulegen kann. Insgesamt bleibt das Bahnnetz jedoch auch 2026 eine der größten Herausforderungen in der B2B-Mobilfunkbewertung.

Kategorie Kundenservice

Im Kundenservice liegt 1&1 mit 118 Punkten weiterhin vorn und kann sich im Vergleich zum Vorjahr klar verbessern (109 Punkte). Besonders auffällig sind die Zugewinne bei der Qualität der Antwort (132 Punkte, Vorjahr: 105) sowie bei der sofortigen Problemlösung im Erstkontakt (115 Punkte, Vorjahr: 99). Auch bei der Antwortgeschwindigkeit legt 1&1 deutlich zu.

Die Telekom erreicht 112 Punkte und verbessert sich ebenfalls (Vorjahr: 106). Auffällig ist hier vor allem die

sehr starke Bewertung des Kundenservice insgesamt (151 Punkte), was auf eine hohe grundsätzliche Zufriedenheit mit der Serviceleistung hindeutet.

Vodafone fällt dagegen auf 94 Punkte zurück (Vorjahr: 95), während Telefónica/O2 mit 96 Punkten leicht nachgibt (Vorjahr: 101).

Neuer Einzelaspekt: Chatbot-Bewertung

Erstmals wurde 2026 auch die Qualität von Chatbots im Kundenservice separat

erhoben. Die Werte liegen insgesamt im mittleren Bereich: Die Telekom erzielt hier 104 Punkte, 1&1 folgt mit 102 Punkten. Telefónica/O2 kommt auf 91 Punkte, Vodafone auf 87 Punkte.

Gerade im B2B-Kontext zeigt sich: Chatbots werden zunehmend akzeptiert. Gleichzeitig erwarten Geschäftskunden klare Lösungen statt Standardantworten. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Anbieter hier noch Potenzial haben, insbesondere bei komplexeren Anliegen.

connect
professional

BESTER KUNDENSERVICE
Note 1,8 (118 Punkte)

KUNDENZUFRIEDENHEIT
MOBILFUNK B2B

1&1
Februar 2026

Die 4 größten Mobilfunk-Netzbetreiber für Business-Kunden in Deutschland. Eine Studie des FiT. www.connect-professional.de

connect
professional

BESTE MARKE
Note 1,8 (119 Punkte)

KUNDENZUFRIEDENHEIT
MOBILFUNK B2B

Deutsche Telekom
Februar 2026

Die 4 größten Mobilfunk-Netzbetreiber für Business-Kunden in Deutschland. Eine Studie des FiT. www.connect-professional.de

Kategorie Marke/Anbieter

In der Kategorie Marke/Anbieter liegt die Telekom mit 119 Punkten erneut knapp vorn und steigert sich leicht (Vorjahr: 116). 1&1 folgt dicht dahinter mit 118 Punkten (Vorjahr: 115). Telefónica/O2 verbessert sich hier deutlich auf 110 Punkte (Vorjahr: 104), während Vodafone mit 102 Punkten leicht zurückfällt (Vorjahr: 104).

Die Telekom punktet weiterhin besonders bei Weiterempfehlung (166 Punkte) sowie bei Image und Markenstärke. 1&1 bleibt im Gegenzug erneut der stärkste Anbieter beim Preis-Leistungs-Verhältnis: Mit 144 Punkten legt der Anbieter hier nochmals zu (Vorjahr: 131) und setzt sich bei diesem Aspekt klar an die Spitze.

Auch Telefónica/O2 zeigt in dieser Kategorie Fortschritte – insbesondere bei Preis/Leistung und Rechnungsverständlichkeit.

Das Thema Nachhaltigkeit bleibt dagegen bei allen Anbietern auf vergleichsweise niedrigem Niveau und zeigt insgesamt nur geringe Dynamik.



Kategorie App

In der App-Kategorie setzt sich 1&1 mit 130 Punkten klar an die Spitze und verbessert sich nochmals deutlich (Vorjahr: 123). Besonders stark werden Bedienbarkeit, Sicherheit und Handhabung bewertet.

Die Telekom folgt mit 127 Punkten und legt ebenfalls kräftig zu (Vorjahr: 115). Vodafone verschlechtert sich leicht auf 109 Punkte (Vorjahr: 114), während Telefónica/O2 mit 104 Punkten minimal zurückgeht (Vorjahr: 107).

Damit zeigt sich 2026 insgesamt: Die Service-App wird zunehmend zum entscheidenden Touchpoint für Geschäftskunden – insbesondere dort, wo Sicherheit, Funktionsumfang und unkomplizierte Prozesse zusammenspielen.



Fazit: Das Kundenbarometer Mobilfunk B2B 2026 zeigt eine klare Tendenz: Telekom und 1&1 setzen sich an der Spitze weiter ab – und verbessern sich beide gegenüber dem Vor-

jahr spürbar. Die Telekom überzeugt vor allem mit sehr starker Netzperformance und Markenwerten, während 1&1 besonders bei Kundenservice, App und Preis-Leistung punktet.

Vodafone und Telefónica/O2 bleiben im Mittelfeld, zeigen jedoch unterschiedliche Profile – und in einzelnen Bereichen auch weiterhin deutliche Abstände zur Spitzengruppe.

Die Ergebnisse aus Österreich im Überblick

Kundenbarometer Mobilfunk B2B Österreich 2026			
	Drei Österreich	A1 Telekom Austria	Magenta Telekom
Netz Punkten (Note)	106 (1,9)	111 (1,9)	93 (2,1)
Kundenservice	110 (1,9)	94 (2,1)	90 (2,1)
Marke/Anbieter	116 (1,8)	100 (2,0)	96 (2,0)
App	123 (1,8)	100 (2,0)	103 (2,0)
GESAMTERGEBNIS Ø	114 (1,9)	101 (2,0)	96 (2,0)

Punkteverteilung: 200 bis 150 „sehr gut“ // 149 bis 50 „gut“ // 49 bis -50 „befriedigend“ // -51 bis -150 „ausreichend“ // -151 bis -200 „mangelhaft“

➤ In Österreich bleibt Drei Österreich auch 2026 die klare Nummer eins und erreicht 114 Punkte (Vorjahr: 120). Trotz des Rückgangs kann der Anbieter seine Spitzenposition verteidigen. A1 Telekom Austria folgt mit 101 Punkten (Vorjahr: 111), während Magenta Telekom mit 96 Punkten auf Rang drei liegt (Vorjahr: 105).

Damit bestätigt sich zwar das Ranking aus dem Vorjahr – allerdings zeigt sich 2026 insgesamt eine spürbare Verschiebung: Alle drei Anbieter verlieren im Gesamtergebnis, wobei der Rückgang bei A1 Telekom Austria und Magenta besonders deutlich ausfällt.

Kategorie Netz

In der Netzqualität bleibt A1 Telekom Austria mit 111 Punkten an der Spitze, muss jedoch gegenüber dem Vorjahr nachgeben (117 Punkte). Drei Österreich folgt mit 106

Punkten (Vorjahr: 114), Magenta Telekom liegt mit 93 Punkten deutlich dahinter (Vorjahr: 104).

Besonders stabil zeigt sich A1 weiterhin bei Sprachqualität (126 Punkte) sowie Verfügbarkeit (116 Punkte). Drei Österreich überzeugt ebenfalls bei Stabilität und Zuverlässigkeit (115 Punkte) sowie Netzabdeckung (111 Punkte).

Wie bereits im Vorjahr bleibt die Bewertung entlang von Bahnstrecken, Autobahnen sowie an Verkehrsknotenpunkten ein relevanter Schwachpunkt – wobei die Noten in Österreich weiterhin tendenziell besser ausfallen als in Deutschland.



Kategorie Kundenservice



Im Kundenservice bleibt Drei Österreich mit 110 Punkten weiterhin führend, gibt jedoch leicht nach (Vorjahr: 112). Besonders positiv bewerten Geschäftskunden wei-

terhin die Freundlichkeit der Mitarbeiter (135 Punkte) sowie die Qualität der Antworten (120 Punkte).

A1 Telekom Austria erreicht 94 Punkte und fällt damit spürbar zurück (Vorjahr: 100). Magenta Telekom liegt mit 90 Punkten ebenfalls deutlich unter dem Vorjahresniveau (101 Punkte).

Auffällig ist 2026 vor allem, dass die Werte für die sofortige Lösung im ersten Kontakt bei allen Anbietern niedriger ausfallen – insbesondere bei A1 Telekom Austria (65 Punkte). Gleichzeitig zeigt sich bei Drei Österreich, dass man trotz einzelner Rückgänge weiterhin am konstantesten performt.

Kategorie Marke/Anbieter

Auch in der Kategorie Marke/Anbieter bleibt Drei Österreich mit 116 Punkten vorn, liegt jedoch klar unter dem Vorjahreswert (122). Besonders stark bleibt Drei Österreich bei Sympathie (122 Punkte), Image/Ansehen (118 Punkte) sowie bei der Weiterempfehlung (150 Punkte).

A1 Telekom Austria kommt auf 100 Punkte (Vorjahr: 104), Magenta Telekom erreicht 96 Punkte (Vorjahr: 104) und verliert damit in dieser Kategorie deutlicher an Boden.

Beim Preis-Leistungs-Verhältnis bleibt Drei Österreich ebenfalls führend (116 Punkte), während A1 (92) und Magenta (91) hier nur im Mittelfeld liegen.

Das Thema Nachhaltigkeit wird 2026 bei allen Anbietern vergleichsweise kritisch bewertet – besonders deutlich bei A1 (57 Punkte) und Magenta (64 Punkte). Drei Österreich bleibt hier mit 88 Punkten weiterhin am stärksten.



Fazit: Das Kundenbarometer Mobilfunk B2B 2026 zeigt in Österreich ein klares Bild: Drei Österreich bleibt insgesamt führend, verliert jedoch in allen Kategorien spürbar an Punkten.

A1 Telekom Austria und Magenta Telekom fallen im Gesamtergebnis ebenfalls zurück, besonders insbesondere bei App und Kundenservice. Trotz der insgesamt niedrigeren

Werte bleibt das Ranking stabil – allerdings wird 2026 sichtbar, dass sich die Zufriedenheit der Geschäftskunden in Österreich im Vergleich zum Vorjahr insgesamt abschwächt.

Die Ergebnisse aus der Schweiz im Überblick

Kundenbarometer Mobilfunk B2B Schweiz 2026		
	Swisscom	Sunrise
Netz Punkte (Note)	115 (1,8)	95 (2,0)
Kundenservice	113 (1,9)	90 (2,1)
Marke/Anbieter	112 (1,9)	101 (2,0)
App	121 (1,8)	114 (1,9)
GESAMTERGEBNIS Ø	115 (1,8)	100 (2,0)

Punkteverteilung: 200 bis 150 „sehr gut“ // 149 bis 50 „gut“ // 49 bis -50 „befriedigend“ // -51 bis -150 „ausreichend“ // -151 bis -200 „mangelhaft“



Kategorie Netz

In der Netzqualität bleibt Swisscom mit 115 Punkten klar vorn, liegt jedoch leicht unter dem Vorjahreswert (119). Besonders bei der Datenübertragung (115 Punkte, Vorjahr: 120) und der Netzverfügbarkeit (117 Punkte, Vorjahr: 126) zeigt sich ein leichter Rückgang.

Sunrise kann im Netz hingegen deutlich zulegen und verbessert sich auf 95 Punkte (Vorjahr: 87). Vor allem bei der Datenübertragung (108 Punkte, Vorjahr: 95) sowie bei Stabilität und Zuverlässigkeit (100 Punkte, Vorjahr: 83) zeigt sich eine klare Aufwärtsbewegung.

Ein Schwachpunkt bleibt bei beiden Anbietern weiterhin die Bewertung entlang von Bahnstrecken. Hier erreicht Sunrise erneut 73 Punkte, Swisscom verbessert sich leicht auf 100 Punkte (Vorjahr: 97).



Kategorie App

In der App-Kategorie setzt sich Drei Österreich erneut deutlich ab und erreicht 123 Punkte (Vorjahr: 133). Trotz des Rückgangs bleibt der Anbieter klarer Spitzenreiter, insbesondere bei Bedienung/Handhabung (134 Punkte) sowie Sicherheit (117 Punkte).

Magenta Telekom kommt auf 103 Punkte (Vorjahr: 111) und liegt damit knapp vor A1 Telekom Austria mit 100 Punkten (Vorjahr: 122). Auffällig ist hier vor allem der deutliche Rückgang bei A1, insbesondere beim Funktionsumfang.



Kategorie Kundenservice

Im Kundenservice bleibt Swisscom mit 113 Punkten führend und bestätigt damit das Vorjahresniveau (ebenfalls 113 Punkte). Während einzelne Werte leicht nachgeben – etwa bei der Freundlichkeit der Mitarbeiter (115 Punkte, Vorjahr: 120) – legt Swisscom bei der Antwortgeschwindigkeit (121 Punkte, Vorjahr: 115) spürbar zu. Sunrise verbessert sich im Kundenservice deutlich auf 90 Punkte (Vorjahr: 83). Besonders positiv fällt der Sprung bei der Freundlichkeit der Mitarbeiter auf (105 Punkte, Vorjahr: 84) sowie bei der Antwortgeschwindigkeit (99 Punkte, Vorjahr: 86). Schwächer bewertet wird hingegen weiterhin die sofortige Lösung im ersten Kontakt (77 Punkte).

Kategorie Marke/Anbieter

Auch bei Marke/Anbieter liegt Swisscom 2026 mit 112 Punkten vorn und kann sich im Vergleich zum Vorjahr verbessern (106 Punkte). Besonders stark sind hier die Werte bei der Weiterempfehlung (182 Punkte) sowie bei Innovation (107 Punkte). Gleichzeitig fällt auf, dass Swisscom beim Preis-Leistungs-Verhältnis erneut etwas schwächer bewertet wird (95 Punkte, Vorjahr: 99). Sunrise macht in dieser Kategorie den größten Sprung: von 84 Punkten auf 101 Punkte. Besonders deutlich sind die Verbesserungen bei Image/Ansehen (109 Punkte, Vorjahr: 82), bei der Weiterempfehlung (148 Punkte, Vorjahr: 119) sowie bei der Wahrscheinlichkeit, auch künftig beim Anbieter zu bleiben (97 Punkte, Vorjahr: 72). Beim Preis-Leistungs-Verhältnis bleibt Sunrise weiterhin stark (106 Punkte), liegt aber knapp unter dem Vorjahreswert (108).



Kategorie App

In der App-Kategorie kann Swisscom 2026 deutlich zulegen und erreicht 121 Punkte (Vorjahr: 112). Besonders stark wird die Bedienung/Handhabung bewertet (128 Punkte, Vorjahr: 113). Beim Funktionsumfang fällt Swisscom dagegen auf 111 Punkte zurück (Vorjahr: 118), während man in puncto Sicherheit wieder klar zulegt (124 Punkte, Vorjahr: 115). Sunrise verbessert sich ebenfalls deutlich und erreicht 114 Punkte (Vorjahr: 94). Besonders auffällig sind die Zugewinne bei Funktionsumfang (111 Punkte, Vorjahr: 93) sowie bei der Sicherheit (122 Punkte, Vorjahr: 102). Damit zeigt sich 2026: Die App wird für beide Anbieter wieder klar zum Pluspunkt – nachdem 2025 in dieser Kategorie noch deutliche Verluste zu verzeichnen waren.



Fazit: Das Kundenbarometer Mobilfunk B2B 2026 zeigt in der Schweiz eine klare Trendwende: Swisscom bleibt Marktführer und kann sich insgesamt leicht verbessern, während Sunrise 2026 deutlich aufholt und in nahezu allen Kategorien spürbar zulegt. Besonders bei Marke/Anbieter sowie App zeigt Sunrise die stärkste Dynamik. Im Vergleich zum Vorjahr präsentiert sich der Schweizer Markt damit 2026 insgesamt deutlich stabiler – mit klaren Zugewinnen bei der Zufriedenheit der Geschäftskunden.

Die Ergebnisse kurz & knapp:

- **Deutschland:** Die Telekom behauptet 2026 knapp die Spitzenposition, dicht gefolgt von 1&1. Beide Anbieter legen im Vergleich zum Vorjahr spürbar zu – allerdings mit unterschiedlichen Stärken: Während die Telekom beim Netz überzeugt, punktet 1&1 besonders bei Kundenservice, App und Preis-Leistung.
- **Österreich:** Drei Österreicher verteidigt trotz leichter Verluste die Spitzenposition im B2B-Markt. A1 Telekom Austria und Magenta Telekom geben ebenfalls nach, wodurch sich das Ranking zwar nicht verändert, die Zufriedenheit insgesamt jedoch etwas mildert.
- **Schweiz:** Swisscom bleibt klarer Marktführer und kann sich leicht verbessern. Sunrise holt 2026 deutlich auf und steigert sich in nahezu allen Kategorien – insbesondere bei Marke und App.



Serverleistung, die mit Ihrer IT wächst.

Cloudbereit und flexibel – mit Hybridfunktionen

bluechip SERVERline-Systeme mit Windows Server 2025 verbinden lokale Performance mit modernen Hybridfunktionen und schaffen die Grundlage für zukunftssichere IT-Infrastrukturen.

- Skalierbare Performance
- Maximale Sicherheit
- Optimiert für Windows Server 2025
- Energieeffizienter Betrieb
- Modular & erweiterbar
- Qualität Made in Germany
- Individuelle Konfiguration
- Einfache Verwaltung & Support



Machen Sie Ihre Kunden fit für die nächste IT-Generation – mit bluechip und Windows Server 2025.



Schwarz Digits nabelt sich von Konzernmutter ab

Zweieinhalb Jahre nach der Gründung als Sparte der Schwarz Gruppe schneidet die Digitaltochter Schwarz Digits ihre Organisationsstruktur auf ihre Kernthemen zu. Das sind digitale Souveränität und Cybersecurity. Der Kaufland-Marktplatz, der Lidl-Onlineshop und das Retail Media Geschäft gehen zurück an Lidl und Kaufland.

Autorin: Michaela Wurm

► Die 2023 gegründete IT-Tochter des Schwarz-Konzerns schwimmt sich frei. Schwarz Digits ist längst mehr als nur der IT-Dienstleister für Lidl und Kaufland. Jetzt stellt sich das Unternehmen eigenständig auf und richtet die Organisationsstruktur an der Unternehmensstrategie aus.

Schwarz Digits fungiert dabei als Dachmarke, unter der alle internen Einheiten, Produktmarken, Partnerschaften und strategischen Investitionen gesammelt sind. Darunter finden sich die Corporate IT sowie die extern angebotenen Produkte in den Bereichen Cloud, Cyber Security, Data & AI, Communication und Workspace.

Im Kern steht die konsequente Fokussierung auf digitale Souveränität – für die Unternehmen der Schwarz Gruppe und den externen Markt. Denn digitale Souveränität sei absolut notwendig für die Überlebensfähigkeit jeder Organisation, erklärt Christian Müller, Co-CEO von Schwarz Digits: „Wer im Digitalen einseitig abhängig von anderen ist, ist auch in der Wertschöpfung auf das Wohlwollen anderer angewiesen.“

Eigene Lösungen, Investitionen, Partnerschaften

Um den Wirtschaftsstandort Deutschland und Europa zu stärken, entwickelt Schwarz Digits wettbewerbsfähige Lösungen selbst, investiert in junge Unternehmen und geht Partnerschaften ein. Als Fundament für digital souveräne IT-Lösungen sieht Schwarz Digits die selbst entwickelte und betriebene Cloud, die weiterhin unter dem Produktnamen „Stackit“ vermarktet wird. Auch für deren Ausbau investiert Schwarz Digits elf Milliarden Euro in ein Rechenzentrum in Lübbenau.

Neben Souveränität ist Cybersecurity ein zentraler Pfeiler. Denn auch für die Sicherheit der Unternehmen der Schwarz Gruppe hat Schwarz Digits nach eigenen Aussagen „starke interne Cybersecurity-Einheiten“ aufgebaut.

Strategische Investitionen in das KI-Unternehmen Aleph Alpha und Security-Anbieter Wire ermöglichen die gemeinsame Entwicklung in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen in den Unternehmen der Schwarz Gruppe selbst. Als Zielmärkte für die inzwi-

schen recht umfangreiche Produktpalette hat man unter anderem den öffentlichen Sektor, Handel, Gesundheitswesen, Fertigungsindustrie, Non-Profit-Organisationen und kirchliche Organisationen im Visier.

E-Commerce geht zurück zu Lidl und Kaufland

In den Unternehmen des Lebensmittelriesen gibt es zwei E-Commerce-Formate: den Marktplatz von Kaufland und den Onlineshop von Lidl.

Der Kaufland-Marktplatz ist laut Schwarz Gruppe eine der größten europäischen Online-Plattformen. „Wir haben inzwischen eine Größe erreicht, die sich im internationalen Vergleich sehen lassen kann“, so Gerald Schönbacher, CEO von Kaufland E-Commerce. „Für die weitere Skalierung und die optimale Verzahnung von stationärem Handel und E-Commerce ist der logische nächste Schritt, die Verantwortung von Schwarz Digits in die Kaufland Organisation zu überführen.“

Die operative Verantwortung für den Lidl-Onlineshop ging bereits in den vergangenen Jahren in die Handelssparte Lidl über. Auch die operative Verantwortung für das Retail-Media-Geschäft, ehemals unter dem Namen Schwarz Media, ging jüngst in die Handelssparten über.

Nicht im Silicon Valley, sondern in Bad Friedrichshall steht der Campus von Schwarz Digits.



Bild: Schwarz Digits

Fujitsu startet Produktion von Servern „Made in Japan“

Fujitsu beginnt in seinem japanischen Werk mit der Produktion von souveränen KI-Servern für geschäftskritische Anwendungen, die mit Prozessoren von Nvidia und den hauseigenen Monaka-Prozessoren bestückt werden. Diese „Made in Japan“-Serverprodukte sind für den japanischen und den europäischen Markt vorgesehen.

Autorin: Michaela Wurm

► Bereits in diesem Monat beginnt Fujitsu im Kasashima-Werk der Gruppe in Japan mit der Produktion von souveränen KI-Servern. Die für geschäftskritische Anwendungen entwickelten Server „Made in Japan“ werden mit hochmodernen Prozessoren bestückt. Zum Einsatz kommen laut Fujitsu „Nvidia HGX B300“- und „Nvidia RTX PRO 6000“-GPUs der Blackwell Server Edition.

Die Produktion umfasst außerdem Server mit den selbst entwickelten „Monaka“-Prozessoren, die Confidential-Computing-Technologie zur erweiterten Bedrohungsabwehr integrieren. Diese Made-in-Japan-Server mit dem hochleistungsfähigen und energieeffizienten „Monaka“-Prozessor sollen im Laufe des Geschäftsjahres 2026, das am 31. März 2027 endet, in Produktion gehen.

Server für mehr digitale Souveränität

Diese „Made in Japan“-Serverprodukte sind für den japanischen und europäischen Markt vorgesehen und dienen laut Fujitsu der Stärkung der digitalen Souveränität. Der Hersteller verspricht erhöhte Transparenz in Bezug auf Rückverfolgbarkeit, Sicherheitsrisiken, Gerätebetriebssichtbarkeit und der betrieblichen Autonomie in geschäftskritischen und souveränen Bereichen.

Das Kasashima-Werk der Fujitsu-Gruppe verfügt über langjährige Expertise aus der Herstellung des Supercomputers Fugaku und weiterer hochzuverlässiger Server. Das integrierte inländische Produktionssystem, das die gesamte Wertschöpfungskette vom Leiterplattenbau bis zur Gerätemontage (ab Juni beziehungsweise März 2026) abdeckt, gewährleistet laut Hersteller vollständige Rückverfolgbarkeit und Transparenz für erhöhte Souveränität.

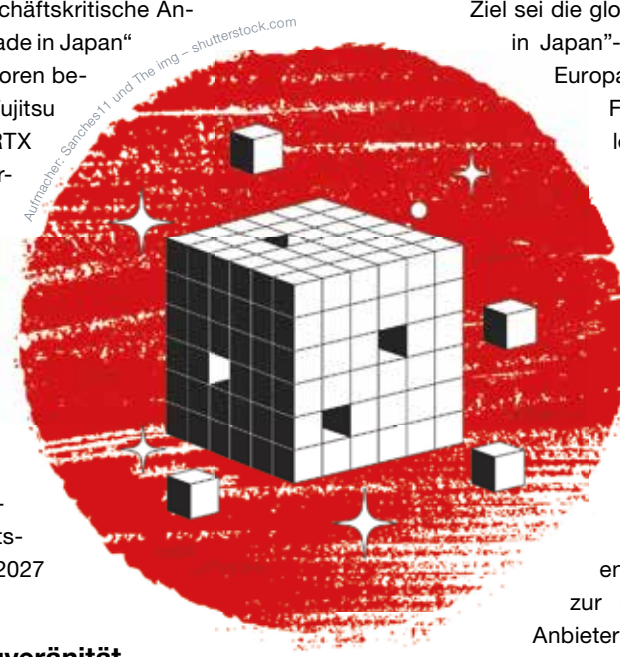
Fujitsu wird außerdem strategische Partnerschaften in diesem Bereich weiter ausbauen. So wird unter anderem die bestehende Zusammenarbeit mit Super-

micro für die konsistente Planung, Entwicklung, Fertigung, Vertrieb und Wartung der KI-Server intensiviert.

Ziel sei die globale Markterschließung für die „Made in Japan“-Server, die demnächst in Japan und Europa verkauft werden sollen.

Fujitsu rechnet sich aufgrund der aktuellen geopolitischen und wirtschaftlichen Herausforderungen gute Geschäftschancen für die Geräte „Made in Japan“ aus. Denn geopolitische Verschiebungen, wachsende Cybersicherheitsrisiken und steigende regulatorische Anforderungen haben den Schutz kritischer Informationen zu einer dringlichen globalen Notwendigkeit gemacht.

Nicht nur in Europa gibt es deshalb für Unternehmen und Organisationen zunehmend strengere Regularien. In Japan verpflichtet das Gesetz zur Förderung der Wirtschaftssicherheit Anbieter von kritischen Infrastrukturdienstleistungen zu verstärkten Anstrengungen in Sachen Systemrisikomanagement und digitale Souveränität. Dies umfasst die Minimierung von Datenlecks, die Sicherung autonomer Betriebsfähigkeit, die Einhaltung lokaler Gesetze, die Gewährleistung transparenter Sicherheitsstandards sowie die Kontrolle über die Technologie, um umfassende IT-Integrität zu garantieren.



Die Produktion umfasst auch Server mit dem von Fujitsu selbst entwickelten „Monaka“-Prozessor.

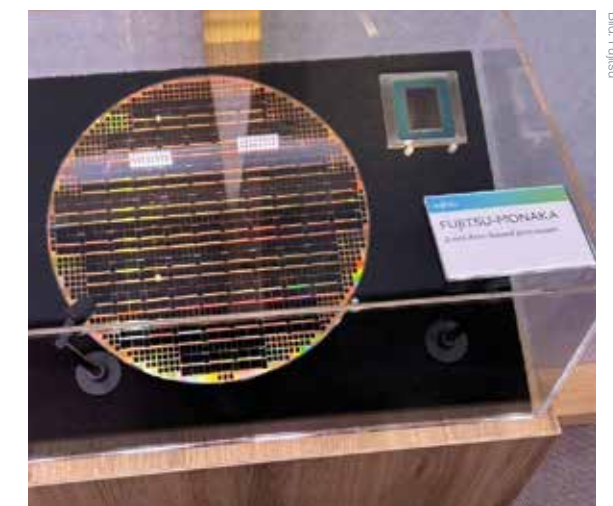


Bild: Fujitsu

Anwenderbericht Success Story

Modernisierung der Druckinfrastruktur spart Kosten und unterstützt Compliance-Regelungen

Ausgangssituation und Herausforderung

► Die Stadtparkasse München sah sich Ende 2023 mit einer strategisch relevanten Herausforderung konfrontiert: Der Hersteller-Support für über 600 unternehmensweit eingesetzte Netzwerkdrucker lief aus. Die betroffenen Geräte – darunter Multifunktions-systeme, Gruppen- und Arbeitsplatzdrucker, Farbdrucker sowie spezialisierte DIN-A3-Drucklösungen – stammten größtenteils vom Anbieter Lexmark, jetzt Teil der Xerox Corporation.

„Uns war klar, dass wir nicht einfach eins zu eins ersetzen, sondern die Gelegenheit nutzen wollten, unsere Druckinfrastruktur zukunftsfähig aufzustellen und gleichzeitig die Kontinuität der Geschäftsprozesse sicherzustellen“, sagt Herbert Maier, Abteilungsleiter IT-Betrieb bei der Stadtparkasse München. Die Herausforderung bestand darin, eine einheitliche, sichere und effiziente Lösung für alle Standorte zu finden, von zentralen Standorten bis hin zu den Filialen.

Bedarfs- und Kundenanalyse als Basis

Vor der eigentlichen Umstellung wurden zentrale Einheiten und ausgewählte Geschäftsstellen vor Ort besichtigt. Mit dem Ziel, bereits bestehende Infrastruktur und Systeme bestmöglich zu

nutzen und zu integrieren. „Die Vor-Ort-Termine waren für uns entscheidend, um die tatsächlichen Anforderungen zu verstehen und passgenaue Lösungen zu finden“, erläutert Susanne Heinze, Projektleitung Full Service Print, Stadtparkasse München. Als ökologisch denkendes Finanzinstitut war es der Stadtparkasse zudem wichtig, einen Druckanbieter zu wählen, der in Sachen Nachhaltigkeit und Langlebigkeit führend ist.

Klare Entscheidung für Full Service Print (FSP) und Lexmark

In enger Abstimmung mit der Finanz Informatik GmbH, dem zentralen IT-Dienstleister der Sparkassen-Finanzgruppe, und der internen IT-Strategie fiel die Wahl auf das Full Service Print Konzept der Finanz Informatik, gemeinsam mit dem Hersteller Lexmark. „Wir arbeiten seit vielen Jahren erfolgreich mit Lexmark zusammen und haben sehr gute Erfahrungen gemacht. Deshalb war es für uns naheliegend, auch bei der neuen Lösung wieder auf diesen etablierten Partner zu setzen“, so Peter Schuster, stellv. Bereichsleiter IT Infrastruktur, Stadtparkasse München.

Kompetente Unterstützung durch Lexmark

„Ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Umsetzung und ein maßgeschneidertes Konzept des Projektes war eine von Beginn an kompetente Beratung und Begleitung durch Lexmark“, sagt Herbert Maier. Stefanie Tusche, Key Account Managerin Finance, konnte mit ihrer Erfahrung und Marktkenntnis ein maßgeschneidertes Konzept mit uns erarbeiten. Sie hat dabei immer unsere Kundenbedürfnisse und Anforderungen im Blick gehabt, um die bestmögliche Lösung für uns zu finden. „Der Roll-out mit Lexmark verlief absolut reibungslos“, so Susanne Heinze. Das Ergebnis: Individuelle Arbeitsplatzdrucker wurden zu über 90 Prozent durch leistungsstarke Multifunktionsgeräte (MFPs) für die gesamte Abteilung ersetzt. Die Druckerflotte wurde somit halbiert. Jede Filiale erhielt mindestens ein Multifunktionsgerät und einen Farbdrucker.

Prozessvereinfachung komplexer Arbeitsweisen

Auch Bereiche mit speziellen Anforderungen, wie das Immobilienmanagement, bezog das Projekt gezielt ein. Die neuen DIN-A3-Multifunktionsgeräte ermöglichen es, Pläne direkt zu digitalisieren, was die Arbeitsabläufe deutlich beschleunigt und vereinfacht. Gleichzeitig reduzierte die Stadtparkasse München den Bestand an separaten stand-alone Kopiergeräten, die nicht ins Netzwerk integriert waren, auf nur noch ein einziges Gerät. Das senkte zusätzlich die Betriebskosten.



Projektteam „Full Service Print“, Gruppenfoto von links nach rechts: Herbert Maier, Abteilungsleiter IT-Betrieb, Stadtparkasse München; Peter Schuster, stellv. Bereichsleiter IT Infrastruktur, Stadtparkasse München; Stefanie Tusche, Key Account Managerin Finance, Lexmark Deutschland GmbH; Susanne Heinze, Projektleitung Full Service Print, Stadtparkasse München



Das Finanzinstitut: Vorreiterrolle als Referenzsparkasse

► Die Stadtparkasse München wurde 1824 gegründet und ist Marktführerin im Privat- und Firmenkundengeschäft in München. Als viertgrößte Sparkasse Deutschlands nimmt diese bei innovativen Themen eine Vorreiterrolle ein. Sie fungiert regelmäßig als Pilotsparkasse für Produkte und Prozesse. „Wir sehen es als Teil unserer Verantwortung, unsere praxisnahen Erfahrungen auch mit anderen Sparkassen zu teilen – gerade bei Themen wie Full Service Print, die für viele Häuser relevant sind“, erklärt Herbert Maier, Abteilungsleiter IT-Betrieb. Auch in der öffentlichen Wahrnehmung genießt das Institut hohes Ansehen: Für ihre umfassende Digitalisierungsstrategie wurde sie in der Vergangenheit bereits ausgezeichnet.

Risikominimierung mit dem „Secure by Design“-Ansatz

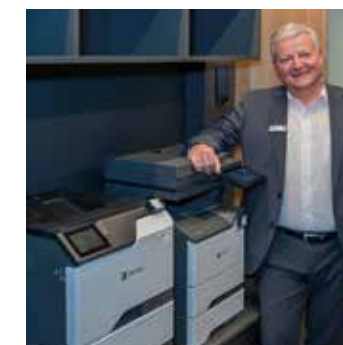
„Die zentrale Ausgabe von Druckdateien spart nicht nur Kosten, sondern erhöht auch die Datensicherheit“, betont Herbert Maier. Die Mitarbeitenden senden ihre Druckaufträge nicht mehr auf ihren individuellen Arbeitsplatzdrucker, sondern an das zentrale Druck-Management-System. „Die einfache Authentifizierung und Freigabelösung basiert auf dem bestehenden System der Sparkasse. Ein wichtiger Faktor, um die Akzeptanz im Unternehmen zu erhöhen“, erläutert Herbert Maier.

„Außerdem werden alle nicht ausgedruckten Druckaufträge nach zwölf Stunden automatisch gelöscht“, betont Peter Schuster. Ein weiterer wichtiger Aspekt zur Einhaltung der Compliance-Regeln im Sparkassenumfeld. Der Lexmark „Secure by Design“-Ansatz kommt somit voll zum Tragen.

Ergebnis: eine zukunftsfähige Druckinfrastruktur

Mit der erfolgreichen Umsetzung des Projekts konnte die Stadtparkasse München gleich mehrere strategische Ziele erreichen. Durch die Einführung des Full Service Print-Standards und den Einsatz moderner Lexmark-Systeme wurde die Geräteanzahl nahezu halbiert und gleichzeitig Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit deutlich verbessert. „Wir haben jetzt eine moderne, sichere, langlebige und effiziente Druckinfrastruktur, die unseren Anforderungen optimal entspricht“, fasst Herbert Maier zusammen. „Das Projekt war für uns ein voller Erfolg – technisch, organisatorisch und wirtschaftlich.“

Den vollständigen Artikel sowie weitere Erfolgsgeschichten finden Sie unter www.lexmark.com/success



**Herbert Maier,
Abteilungsleiter
IT-Betrieb,
Stadtparkasse
München**

► „Für uns war das Projekt weit mehr als nur der Austausch alter Geräte. Wir haben die Chance genutzt, unsere Druckinfrastruktur grundlegend zu modernisieren. Mit Full Service Print und den zuverlässigen Lexmark-Systemen konnten wir die Geräteanzahl deutlich reduzieren, die Datensicherheit erhöhen und den Komfort für unsere Mitarbeitenden verbessern. Die enge Zusammenarbeit mit Lexmark und der Finanz Informatik – von der Analyse bis zum Roll-out – war jederzeit lösungsorientiert und praxisnah. Heute profitieren wir von einer homogenen, leicht zu administrierenden Druckerlandschaft, die technisch überzeugt und wirtschaftlich nachhaltig ist.“



**Oliver Löhr,
Sales Manager Banking
D-A-CH**

► Lexmark verbindet eine langjährige und vertrauensvolle Partnerschaft mit der Finanz Informatik und den Unternehmen der S-Finanzgruppe. Unser spezialisiertes und engagiertes S-Finanz-Team bringt tiefes Branchenwissen ein und wir legen besonderen Wert auf die regionale Nähe sowie die persönliche und individuelle Beratung.

Wir begleiten unsere Kunden über alle Projektphasen hinweg – von der Produktauswahl über die Lösungsberatung bis zur erfolgreichen Implementierung.

Die Zusammenarbeit im gemeinsamen Projekt mit der Stadtparkasse München war geprägt von offenem Dialog, gelebtem Vertrauen und echtem Teamwork. Dieses konstruktive Miteinander hat maßgeblich dazu beigetragen, das Projekt erfolgreich und reibungslos umzusetzen – und hat uns als Lexmark-Team große Freude bereitet.

Vielen Dank an die Stadtparkasse München – an Herbert Maier und sein Team.

Warum die Digitalisierung der stärkste Hebel für Deutschlands Klimaziele ist

Die Bundesregierung steht unter Zugzwang: Bis 2030 müssen die jährlichen CO₂-Emissionen massiv gesenkt werden. Eine aktuelle Bitkom-Studie belegt nun, dass das „Weiter so“ der vergangenen Jahrzehnte mathematisch in die Sackgasse führt. Die gute Nachricht für das C-Level: Digitale Technologien sind kein Kostenfaktor, sondern der entscheidende Beschleuniger, um die Lücke zum Klimaziel zu schließen.

Redaktion: Andrea Fellmeth

Berechnungs-Ansatz der Studie

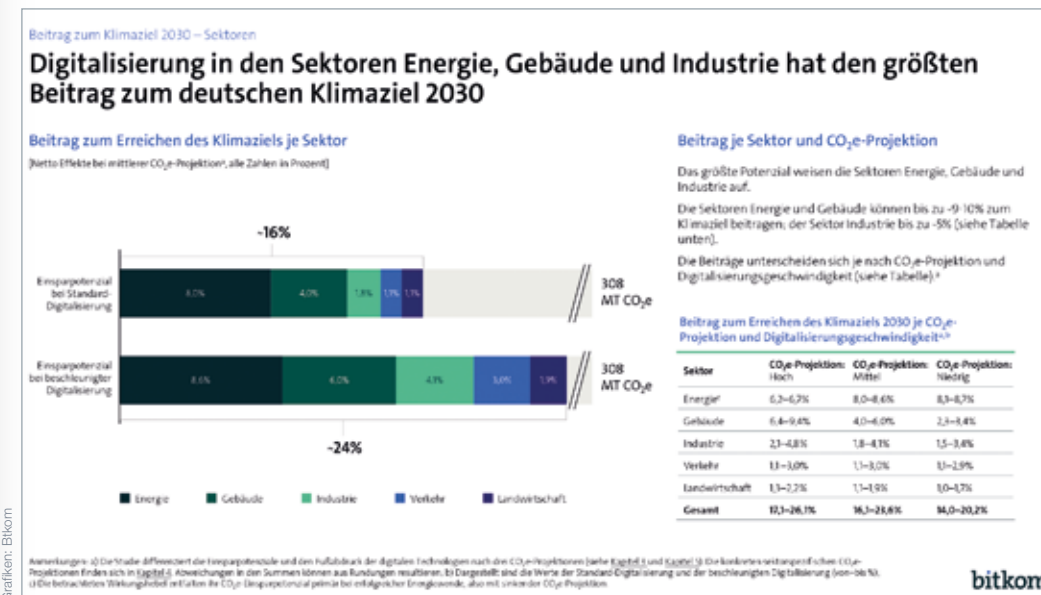
- Die Berechnung des CO₂e-Einsparpotenzials und des CO₂e-Fußabdrucks digitaler Technologien erfolgen entlang von zwei Digitalisierungsgeschwindigkeiten
- 1. Standard-Digitalisierung:** Die Verbreitung digitaler Technologien folgt dem bisherigen Trend und orientiert sich an gängigen Branchenpraktiken.
- 2. Beschleunigte Digitalisierung:** Deutschland orientiert sich an internationalen Vorreitern und führenden Unternehmen. Durch fortschrittliche Methoden und eine schnellere Skalierung wird ein deutlich höheres CO₂-Einsparpotenzial freigesetzt. Ziel der Gegenüberstellung ist es, den „Preis des Zögerns“ messbar zu machen.

Hinweis: CO₂e = Kohlenstoffdioxidäquivalente (Die Treibhausgase werden entsprechend ihrer klimaschädlichen Wirkung in die Berechnungsgröße CO₂e „übersetzt“.)



Bild: Thx4Stock team – shutterstock.com

- Deutschland steht vor einer Mammut-Aufgabe. Seit 1990 konnte die Bundesrepublik ihre Emissionen zwar um rund 40 Prozent senken, während die Wirtschaft gleichzeitig massiv wuchs – eine beachtliche Entkopplung. Doch der Blick auf die nackten Zahlen der Novellierung des Klimaschutzgesetzes von 2021 wirkt ernüchternd: Um das Ziel für 2030 zu erreichen, müs-



sen im Vergleich zu 2022 weitere 308 Millionen Tonnen CO₂ eingespart werden.

Faktor 2,5 – die neue Geschwindigkeit der Dekarbonisierung

Bisher reduzierte Deutschland seinen Ausstoß um durchschnittlich 16 Millionen Tonnen pro Jahr. Um die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten, ist ab sofort eine Reduktion von 39 Millionen Tonnen jährlich vonnöten. Wir sprechen hier von einer notwendigen Beschleunigung um den Faktor 2,5. Sondereffekte wie der industrielle Rückbau nach der Wende oder pandemiebedingte Einbrüche sind aufgebraucht. Was jetzt zählt, ist strukturelle Effizienz – und hier kommt die Digitalisierung ins Spiel.

Der Netto-Effekt: Effizienz schlägt Fußabdruck

Oft wird kritisch auf den Energiehunger von Rechenzentren und Hardware geblickt. Die Bitkom-Studie räumt mit diesem einseitigen Bild auf und quantifiziert den Beitrag digitaler Lösungen präzise. Das Ergebnis ist ein klarer „Netto-Positiv-Effekt“: Je nach Szenario können digitale Technologien nämlich 43 bis 80 Millionen Tonnen CO₂ einsparen. Das entspricht bis zu 26 Prozent des gesamten nationalen Minderungsziels.

Selbst wenn man Herstellung, Betrieb und Entsorgung der Hardware einrechnet (circa sechs bis elf Millionen Tonnen CO₂), überwiegt der Nutzen bei Weitem. Und das Verhältnis zwischen Einsparung und eigenem Fußabdruck liegt zwischen 6 und 9.

Das größte Potenzial zum Erreichen des Klimaziels 2030 liegt im Energie-Sektor. Bei beschleunigter Digitalisierung wächst dieses Potenzial enorm – vor allem im Gebäude-, Industrie- und Verkehrs-Sektor.

Das CO₂-Einsparpotenzial ist besonders bei beschleunigter Digitalisierung über alle Bereiche hin beträchtlich.

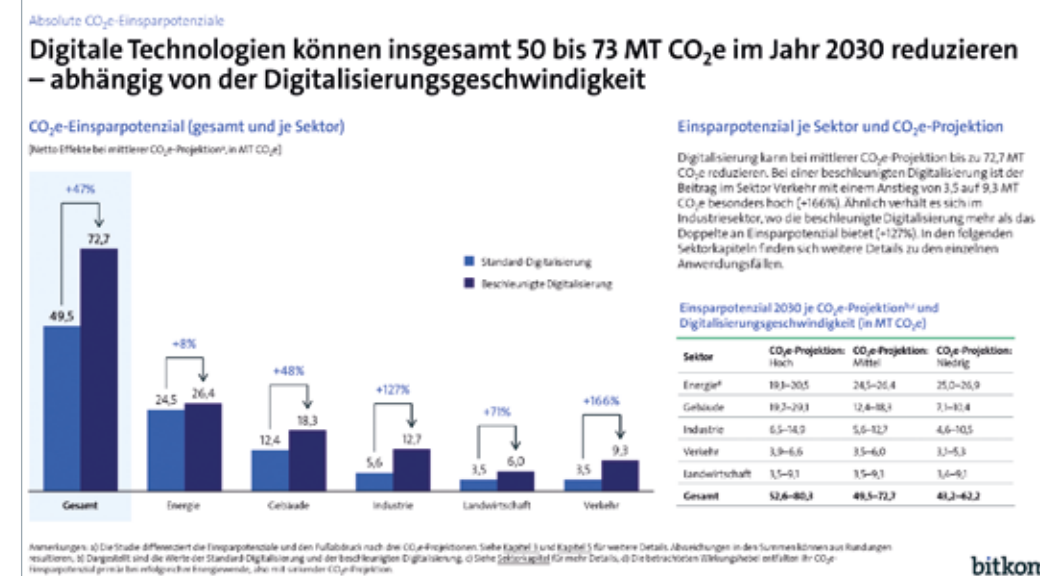
Jeder investierte digitale Fußabdruck spart also das Sechsbis Neunfache an Emissionen in anderen Sektoren ein.

Die Marktdurchdringung bei intelligenten Netzen (Smart Grids) und der digitalen Erzeugung erneuerbarer Energien wird laut Prognose bis 2030 um bis zu 56 Prozentpunkte steigen. Dies unterstreicht: Die Infrastruktur der Zukunft ist softwaredefiniert.

Fazit: Tempo als Wettbewerbsvorteil

Die Botschaft an die Wirtschaft und die Politik ist unmissverständlich: Die Digitalisierungsgeschwindigkeit ist die kritische Variable. Ein beschleunigtes Szenario steigert die Einsparungen im Vergleich zum Standard-Szenario um fast 50 Prozent.

Für Unternehmen bedeutet dies, dass die ökologische Transformation untrennbar mit der digitalen Agenda verbunden ist. Wer heute in Smart Solutions, KI-gestützte Prozessoptimierung oder digitale Zwillinge investiert, sichert nicht nur seine ESG-Konformität, sondern übernimmt die notwendige Führungsposition in einer dekarbonisierten Wirtschaft. Die Digitalisierung ist nicht länger nur ein Werkzeug zur Effizienzsteigerung – sie ist die unverzichtbare Voraussetzung für den Klimaschutz. ■



Distributoren verkaufen immer mehr runderneuerte PCs

Die Distributoren in den europäischen Kernmärkten verkaufen immer mehr refurbished PCs. Das zeigen die von Context erhobenen Verkaufszahlen. An der Spitze liegt der britische Markt knapp vor Deutschland.

Autorin: Michaela Wurm

► Im europäischen PC-Markt zeigt sich ein struktureller Wandel und dabei spielen refurbished Geräte eine zunehmend wichtige Rolle. Das zeigt eine aktuelle Analyse des Marktforschungsunternehmens Context. Demnach stiegen die Verkaufszahlen von wiederaufbereiteten PCs über den Distributionskanal in den fünf größten europäischen Märkten – Italien, Großbritannien, Deutschland, Spanien und Frankreich – im vierten Quartal 2025 um 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die größte Dynamik registrierte Context in Großbritannien. Vom vierten Quartal 2024 bis zum vierten Quartal 2025 verdoppelten sich dort die Absatzmengen nahezu. In der zweiten Jahreshälfte 2025 überholte der britische Markt sogar Deutschland beim Marktanteil des Refurbished-Segments.

„Unsere neueste Analyse zeigt, dass Second-Life-Computing sich entscheidend zum Mainstream entwickelt, wobei Großbritannien sich zum am schnellsten wachsenden Markt in Europa entwickelt“, erklärte Jacky Chang, ESG-Spezialist bei Context. „Für britische Verbraucher hat sich das Thema Refurbished längst aus seiner Nische herausentwickelt“, so Chang.

Handel: Einstiegschance nicht verpassen

„Die neueste Analyse zeigt einen deutlichen Trend und eine wachsende Nachfrage nach gebrauchten IT-Produkten“, so Chang. „Der Trend geht dabei zu Geräten mit höherer Ausstattung und höherem Wert. In einem Markt mit festen Lieferbeschränkungen können diese eine attraktive Lösung für Einzelhändler und Verbraucher sein, die nach einer soliden Alternative suchen.“

Angeichts der anhaltenden Komponentenverknappung und des Preisdrucks auf dem Primärmarkt bieten generalüberholte Geräte Einzelhändlern die Möglichkeit, ihre Margen zu schützen und gleichzeitig die Nachfrage der Verbraucher nach erschwinglichen Computern zu befriedigen, so der Analyst.

Mit Blick auf den Channel warnte Chang jedoch auch, die Chance zum Einstieg in diesen Markt nicht zu verpassen: „Da Preisdruck, begrenztes Angebot und Nachhaltigkeitsprioritäten zusammenkommen, haben Einzelhändler nur ein kleines Zeitfenster, um ihre Strategien neu auszurichten.“

Für die Context-Analysten ist die Preisstruktur ein wesentlicher Treiber im Markt für refurbished PCs und Notebooks. Im Notebook-Segment entfallen rund 40 Prozent der Verkäufe auf die Preisspanne zwischen 200 und 300 Euro. Gleichzeitig wuchs der Anteil der Geräte im Bereich von 300 bis 400 Euro von 15 Prozent im Jahr 2024 auf 23 Prozent im Jahr 2025.

Auch in anderen Produktkategorien zeigen sich klare Preismuster: Rund ein Drittel der refurbished Tablets wird für unter 100 Euro verkauft. Bei Desktop-PCs liegt etwa ein Drittel der Verkäufe im Bereich zwischen 100 und 200 Euro.

„Die neueste Analyse zeigt einen deutlichen Trend und eine wachsende Nachfrage nach gebrauchten IT-Produkten“, fügte Jacky Chang hinzu. „Der Trend geht dabei zu Geräten mit höherer Ausstattung und höherem Wert. In einem Markt mit festen Lieferbeschränkungen können diese eine attraktive Lösung für Einzelhändler und Verbraucher sein, die nach einer soliden Alternative suchen.“

Angeichts der anhaltenden Komponentenverknappung und des Preisdrucks auf dem Primärmarkt bieten generalüberholte Geräte Einzelhändlern die Möglichkeit, ihre Margen zu schützen und gleichzeitig die Nachfrage der Verbraucher nach erschwinglichen Computern zu befriedigen.

Zusätzliche Impulse durch Recht auf Reparatur

Die Analysten erwarten zudem, dass das Refurbished-Marktsegment auch von regulatorischen Änderungen profitieren wird. Speziell die EU-Richtlinie zum Recht auf Reparatur, die im Juli 2026 vollständig in Kraft treten soll, werde voraussichtlich die Verfügbarkeit von reparierbaren Geräten und Ersatzteilen in der gesamten Union erhöhen. Das werde die Second-Life-Technologie weiter legitimieren und Kreislaufwirtschaftsmodelle im IT-Einzelhandel stärken.



KLEINEN PC KAUFEN, GROSSEN BONUS BEKOMMEN!

Windows 11 Pro Aktions-PC kaufen und
TERRA LCD 2427W gratis dazu erhalten!



TERRA PC-Mini 6000V6.1

TERRA PC MICRO 6000

Windows 11

Gratis dazu!

TERRA LCD 2427W

KAUFEN SIE EINEN TERRA AKTIONS-PC MIT WINDOWS 11 PRO UND BEKOMMEN SIE EINEN TERRA LCD 2427W GRATIS DAZU!*

TERRA Micro und Mini-PCs mit Windows 11 Pro sind die perfekte Lösung für modernes, platzsparendes Arbeiten. Trotz ihrer kompakten Größe überzeugen sie mit starker Leistung, hoher Zuverlässigkeit und professionellen Funktionen für Büro und Homeoffice.

Profitieren Sie jetzt von unserer attraktiven Aktion: Beim Kauf eines TERRA Aktions-PC erhalten Sie einen TERRA LCD 2427W gratis dazu. So bekommen Sie nicht nur leistungsstarke Technik, sondern direkt ein komplettes Arbeitsplatz-Setup – effizient, hochwertig und sofort einsatzbereit.

TERRA PC-MINI 6000V6.1

- Intel® Core™ i5 Prozessor 14400 (20 MB Cache, bis zu 4,70 GHz)
- Windows 11 Pro
- 16 GB RAM
- 500 GB - SSD
- Intel® UHD Graphics 730
- Unterstützt Triple-Monitoring
- Artikelnummer: 1000077

699,-€*

TERRA PC-MICRO 6000

- Intel® Core™ 5 120U Processor (12M Cache, up to 5.00 GHz)
- Windows 11 Pro
- 16 GB RAM
- 500 GB - SSD
- Intel® Graphics
- Artikelnummer: 1000151

609,-€*

TERRA LCD 2427W

- 23.8" (60.45cm) Bildschirmdiagonale
- 1920 x 1080 Pixel (Full-HD) Auflösung
- 16:9 Seitenverhältnis
- Paneltechnologie VA
- HDMI, Displayport, USB-C
- Artikelnummer: 3030220

LCD im Wert von
79,-€* (UVP) gratis dazu!

JETZT VOM ANGEBOT
PROFITIEREN
UND HÄNDLER WERDEN!



WORTMANN AG
IT. MADE IN GERMANY.
Bredenhop 20 | 32609 Hüllhorst | www.wortmann.de

*Solange der Vorrat reicht. Die Wortmann AG behält sich vor, die Aktion jederzeit zu beenden. Änderung und Irrtümer vorbehalten. Es gelten die AGB der Wortmann AG. Preise zzgl. ges. MwSt. Abgabe in Handelsüblichen Mengen. Aktion gültig vom 16.03.2026 - 30.06.2026.

„Ware wird knapper, aber mit besserer Marge verkauft“

Die Lieferprobleme und Preiserhöhungen bei Speichern befeuern die Nachfrage nach wiederaufbereiteten PCs. Die Geschäfte von Refurbishern wie Afb laufen daher gut. Die Engpässe haben aber durchaus auch negative Auswirkungen, wie Afb-Geschäftsführer Daniel Büchle berichtet.

Autorin: Michaela Wurm

► Die Lieferengpässe und Preissteigerungen bei Speicherkomponenten lassen auch die Refurbisher nicht ungeschoren. Zunächst einmal sei die Auswirkung natürlich positiv, wie Daniel Büchle, CEO von Afb (Eigenschreibweise „afb“), bei der Vorstellung des Wirkungsberichts 2025 erzählt. Denn viele Firmen bekommen aktuell nur schwer Geräte. „Firmen sagen uns, unser Herstellervertreter kann uns derzeit weder Preise noch Lieferzusagen geben“, berichtet Büchle. Der Afb-Chef bekommt die Probleme sogar selbst zu spüren. Denn sein bestelltes Notebook lässt ebenfalls auf sich warten. Wiederaufbereitete Geräte seien daher für viele Kunden eine gute Alternative, so Büchle: „Alle Refurbisher verkaufen im Moment sehr gut.“

Die Kehrseite der Medaille sind Probleme bei der Beschaffung von ausgedienten Geräten. Denn viele Unternehmen nutzen ihre vorhandene Hardware deutlich länger. „Ganz viele Leasingverträge werden gerade verlängert. Für uns bedeutet das: Wir kommen später an die Geräte“, berichtet der Afb-Chef. „Uns geht es noch gut, weil wir zu den Großen der Branche gehören. Aber das Thema kommt so langsam bei uns an – auch in anderen Märkten, wie Österreich oder Frankreich. Und alle sagen, vor dem nächsten Jahr wird es nicht besser.“

Ihn erinnere die Situation stark an die ersten beiden Corona-Jahre, so Büchle. „Die Ware wird knapper, aber vorhandene Ware wird mit besserer Marge verkauft.“

Ökobilanz erneut verbessert

Der nach eigenen Angaben größte gemeinnützige IT-Refurbisher Europas ist auch deshalb weiter auf Wachstumskurs. Seit der Gründung vor über 20 Jahren sei es, mit Ausnahme der Corona-Delle 2020/21, stetig bergauf gegangen, erzählt Büchle bei der Vorstellung des Wirkungsberichts 2025. Die Zahl der eingesammelten Geräte und die Reuse-Quote stiegen kontinuierlich.

Im abgelaufenen Jahr 2025 sei die Reuse-Quote erneut um 2 Prozent auf 71 Prozent gestiegen. Das bedeutet, dass etwa sieben von zehn abgeholten Geräten in das Remarketing gehen. 8,5 Prozent mehr Geräte wurden bei Firmen abgeholt und auch deutlich mehr Serviceleistungen fakturiert.

Anhand des Vergleichs der aufbereiteten Geräte mit dem Ressourcenbedarf eines Neugeräts kann Afb die Ökobilanz genau beziffern: Danach wurden 2025

Uns geht es noch gut, weil wir zu den Großen der Branche gehören.



DANIEL BÜCHLE,
CEO von Afb social & green IT



Bild: Afb

68.200 Tonnen CO₂-äquivalente Treibhausgase, 261.400 Megawattstunden Primärenergie und 483 Millionen Liter Wasser eingespart. Ebenfalls gespart wurden 33.500 Tonnen Eisen-äquivalente Rohstoffe wie Metalle und Kunststoffe, sowie 371.000 Tonnen 1,4-DB-äquivalente (Dichlorbenzol) humantoxische Stoffe.

Datacenter-Markt eröffnet neue Geschäftschancen

2025 verzeichnete Afb laut Büchle „zweistellige Umsatzsteigerungen“ – „B2B wie B2C und über alle Vertriebskanäle hinweg“.

Und damit das so bleibt, baut der Refurbisher sein Geschäft kontinuierlich aus. Büchle hat das Dienstleistungsportfolio erfolgreich in Richtung Leasing und Device-as-a-Service erweitert: „Wir etablieren uns als relevanter Player bei Langzeitmieten.“ Wichtig seien aber auch Partnerschaften mit entsprechenden Anbietern in diesem Bereich, „sonst gehen diese Geräte an uns vorbei“, meint der Manager.

Er sieht noch jede Menge Geschäftschancen für die Wiederaufbereitung von Hardware. Dafür Sorge allein das rasante Wachstum im Datacenter-Bereich. Afb werde sich in diesem Marktsegment mit Geräten wie Servern, Router und Switches weiter professionalisieren. Auch in Richtung KI sei einiges geplant. „Wir sehen hier Einsatzmöglichkeiten im Refurbishment, auch um beeinträchtigte Mitarbeiter bei Afb besser zu unterstützen.“ ■

Eine Kooperation von Five Monkeys Group & OMR

IMAGING × OMR
DAS GROSSE NETWORKING-EVENT 2026

HAMBURG
4. MAI 2026
14-17 UHR

STARKE IMPULSE FÜR DAS IMAGING-BUSINESS VON MORGEN.



FOTOGRAFIE



VIDEOGRAFIE

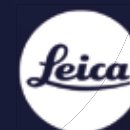


SMARTPHONES



APPS

Im Rahmen des OMR Festivals 2026 findet auf dem Messegelände Hamburg ein **innovatives Imaging-Format** statt. In unterschiedlichen **Masterclasses** werden die **Trends der Imagingbranche** für die kommenden Monate und Jahre gesetzt.



SONY



ProCall 8: Multidevice-Client für Business-Kommunikation

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.

Autor: Thomas Birkner Redaktion: Diana Künstler



► Seit mehr als 25 Jahren bietet das Starnberger Unternehmen Estos (Eigenschreibweise „estos“) mit ProCall eine UC-/CTI-Lösung für die Kommunikation und Zusammenarbeit an. Zugehörig zur Gamma-Gruppe, zusammen mit Starface und Placetel, hat Estos im deutschsprachigen Raum eine Nutzerbasis im siebenstelligen Bereich. Gerade hat der laufend aktualisierte und erweiterte Windows Client sein 25-jähriges Dienstjubiläum gefeiert. Das nehmen wir zum Anlass, uns die aktuelle Version 8 genauer anzuschauen und zu bewerten.

Der Client

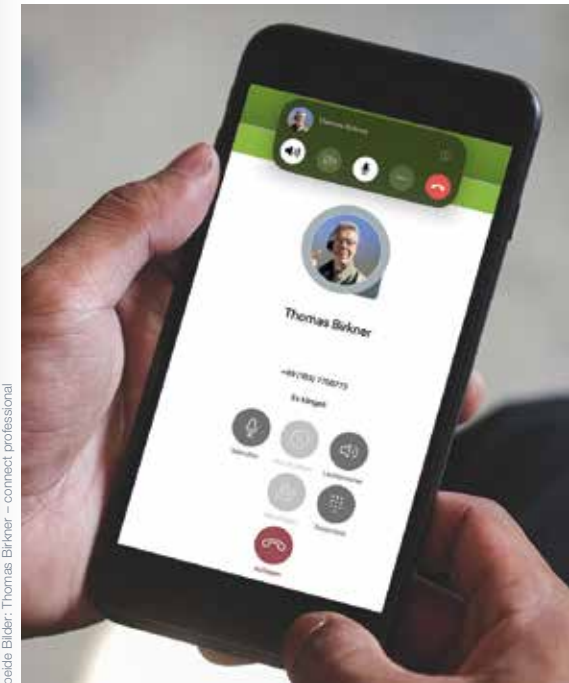
ProCall ist Multi-Plattform- und Multi-Device-fähig und somit auf allen gängigen Systemen nutzbar. Darunter fallen PCs, Tablets und Smartphones (iOS und Android), sowie per ProCall Web (Preview) auch weitere Systeme (beispielsweise MacOS). Die Software integriert alle vorhandenen Kommunikationskanäle im Unternehmen, kann mit mehreren Rufnummern verknüpft werden und stellt diese einheitlich und übersichtlich in einer Anwendung zur Verfügung. Ein großer Vorteil dieser übergreifenden und einheitlichen Struktur ist die problemlose Nutzung über verschiedene Plattformen und

Devices hinweg, ohne sich umgewöhnen zu müssen. Dies ist im Arbeitsalltag ein entscheidender Vorteil, denn die meisten Nutzer verwenden über den Tag gesehen mehr als nur ein Gerät. Sehr komfortabel ist es zudem, dass ProCall seine gesamte Leistungsfähigkeit in einem einzigen Produkt vereint.

Einstieg

Das Layout wirkt schon beim ersten Benutzen klar und übersichtlich; dezente Farbakzente unterstützen die Orientierung. Der ProCall Client ist skalierbar und in der Größe anpassbar, sodass er problemlos neben anderen Anwendungen genutzt werden kann – ganz ohne zweiten Bildschirm.

Auf der linken Seite (beim Mobile Client unten) sind die Hauptfunktionen angeordnet, unter anderem Chat und Telefonie. Darüber befindet sich der Info-Button. Hier kann mit zwei Klicks der eigene Status angepasst werden, sofern er nicht über die Kalender-App gesteuert wird. Mit den Farben grün (verfügbar), rot (beschäftigt), gelb (abwesend) und grau (offline) ist die Präsenz sofort zu erkennen. Gerade im Journal und in der Kontaktansicht „Monitor“ ist das sehr praktisch. Zusätzlich



beide Bilder: Thomas Birkner – connect professional

ändern sich bei Präsenzwechsel auch die am Nutzer-Ring angebrachten Fahnen ihre Position. Personen mit eingeschränkter Farbwahrnehmung können somit ebenfalls auf einen Blick die aktuelle Verfügbarkeit der Kontakte erkennen.

Trotz der Bündelung der unterschiedlichen Kanäle, Geräte und Datenquellen zeigt sich der Client angenehm geordnet. Alle verfügbaren Dienste sind sofort vom Startscreen aus aufrufbar und selbsterklärend. Dienste, für die der Nutzer keine Berechtigung besitzt, werden erst gar nicht dargestellt. Somit findet er sich, auch als Neueinsteiger, schnell zurecht. Für Nutzer mit mehr Erfahrung bieten die Einstellungen noch einige anpassbare Optionen, beispielsweise die Auswahl der genutzten Kamera oder der Mikrofone für die UC-Nutzung. Hier können auch die gewünschten Benachrichtigungen definiert werden.

Neben der Nutzung auf den gängigen iOS- und Android-Smartphones bietet der Mobile Client auch die Integration über Apple CarPlay inklusive Sprachsteuerung an. Da der Mobile Client von der Stärke des Netzes abhängig ist, kann es, wie in unserem Test, teilweise zu einer eingeschränkten Nutzung kommen. Darunter leiden jedoch alle mobilen Anwendungen.

Kontaktinformationen

Die Suche nach Kontaktdaten kann zeitraubend sein; verschiedene Quellen in unterschiedlichen Formaten sind dazu meist nicht förderlich. Das MetaDirectory von Estos, als Ergänzung zu ProCall, vereinheitlicht die Darstellung aller Daten, damit sie im üblichen LDAP-Format vorliegen. Das können Daten aus ver-

Übersichtlichkeit in allen Versionen – auch im mobilen Client

schiedenen Datenbanken sein, zum Beispiel SQL-Server und ERP-/CRM-Systeme oder aus anderen Datenbanken. Auch aus Tools für die Zusammenarbeit, wie Outlook oder HCL Notes, können Kontaktinformationen genutzt werden. In Microsoft Teams eingebunden, stellt das MetaDirectory hier die jeweiligen Kontakte in dieser Anwendung zur Verfügung. Je nach Gruppenfreigaben werden immer nur die benötigten Daten in einer einheitlichen Maske angezeigt, ganz im Sinne des Datenschutzes.

Für Personen, die im Kundenservice arbeiten, ergeben sich daraus sehr übersichtliche und effiziente Workflows. Beispielsweise können Nutzer durch „Anrufer Identifikation“ Gesprächspartner namentlich persönlich begrüßen und sofort relevante Informationen zum Kontakt sehen. Nicht zuletzt das standardisierte Format, egal aus welcher Quelle, macht die Nutzung auf Anhieb erheblich einfacher.

Journal

Mit dem Journal liefert Estos ein mächtiges Tool zur übersichtlichen

(Nach-) Bearbeitung aller Kommunikations-Aktivitäten. Anpassbar nach Tagen oder längeren Zeiträumen und filterbar nach Anrufen, Chat und Videoaktivitäten lassen sich der Zeitpunkt und die Dauer der Aktivität übersichtlich anzeigen. Dies vereinfacht die Nacharbeit und die kleinen gelben Zettel am Bildschirm haben ausgedient. Die optionale Projektzuordnung vereinfacht die Auswertung erheblich, beispielsweise bei Marketingaktivitäten oder der Ticketabrechnung.

Präsenz-Management

Kann mein Kollege meinen Anruf beantworten? Ist er im Haus? Wo befindet er sich und wann ist er zurück? ►

Estos ProCall 8.9.1

POSITIV

- Sehr übersichtlich
- DSGVO-konform
- In wesentlichen Teilen barrierefreier Webclient

NEGATIV

- Der mobile Client „ProCall Mobile“ ist abhängig vom Mobilfunknetzwerk

connect professional Urteil: **sehr gut**



Tipp: Durch die Ergänzung weiterer Module können Funktionen wie Fax und SMS problemlos integriert werden.

Diese Informationen erleichtern nicht nur die Wahl des genutzten Kommunikationsweges, sie erhöhen die Erreichbarkeitsquote erheblich. Hier hat Estos mit der Monitor-Ansicht (ProCall Monitor) ein starkes Tool zur Verfügung gestellt. Unterstützt durch die Farbgebung sowie die angepasste und übersichtliche Statusdarstellung ist auf einen Blick zu erkennen, wer verfügbar ist oder nicht. Durch Klicken oder Bewegen des Mauszeigers über den Kontakt erhält man zusätzliche Informationen wie Standorte, Weiterleitungen oder Vertretungskontakte.

Mit der Präsenzanzeige können zudem interessante Aktionen, wie die Rufumleitung bei Abwesenheit oder während der Teilnahme an Meetings, verknüpft werden. Fallweise steuert das System so die Kommunikation auf elegante und effektive Weise und entlastet den User von wiederkehrenden Aufgaben.

Datenschutz

Grundsätzlich entsprechen ProCall und auch die einzelnen Module der DSGVO. Es werden nur zweckgebundene Daten verarbeitet und bei der Cloud-Nutzung stehen die Server in Deutschland oder Frankreich. Wichtig dabei ist, wie immer, dass die Nutzer entsprechend eingewiesen werden. Die Funktionen Video oder Chat lassen sich deaktivieren, sofern Unternehmensrichtlinien dies erfordern. Bei entsprechender Dokumentation steht einer Datenschutz-konformen Nutzung technisch und rechtlich nichts im Wege.

ProCall NEX

ProCall NEX wird über den UCServer aus der Cloud bedient. Hiermit bietet Estos neben ProCall On-Premises auch eine Cloud-Lösung an, die die identischen Clients nutzt. In ProCall NEX ist die Cloud PBX von Starface fest integriert und auf Wunsch kann auch der SIP Trunk Starface Connect ohne monatliche Zusatzgebühr genutzt werden. So erhält der Kunde eine Komplettlösung aus der Cloud für seine Business-Telefonie und UCC-Anforderungen. Zusätzlich bietet ProCall NEX eine 2-Faktor-Authentifizierung (2FA).

Updates

Für die automatische Einspielung von Updates auf dem On-Premises UCServer kann der UCServer entsprechend konfiguriert werden, dann werden die Daten lokal zur Verfügung gestellt. Der ProCall Update-Dienst kann auf jedem Arbeitsplatz per Softwareverteilung installiert werden. Dieser prüft regelmäßig, ob auf dem UCServer eine neue Version bereitliegt. Wird eine neue Version gefunden, wird sie automatisch installiert.

Fazit

Mit der Bereitstellung von ProCall kann der Nutzer je nach Anforderungen zwischen einer Cloud- oder einer On-Premises-Lösung wählen. Die On-Premises-Variante kann mit einer lokalen TK-Anlage oder einer Cloud-PBX eingesetzt werden. Das Einarbeiten gelingt schnell, die Barrierefreiheit ist hoch und zudem zertifiziert. Im Test zeigte sich trotz sehr hoher Leistungsfähigkeit eine angenehme und effiziente Nutzung.

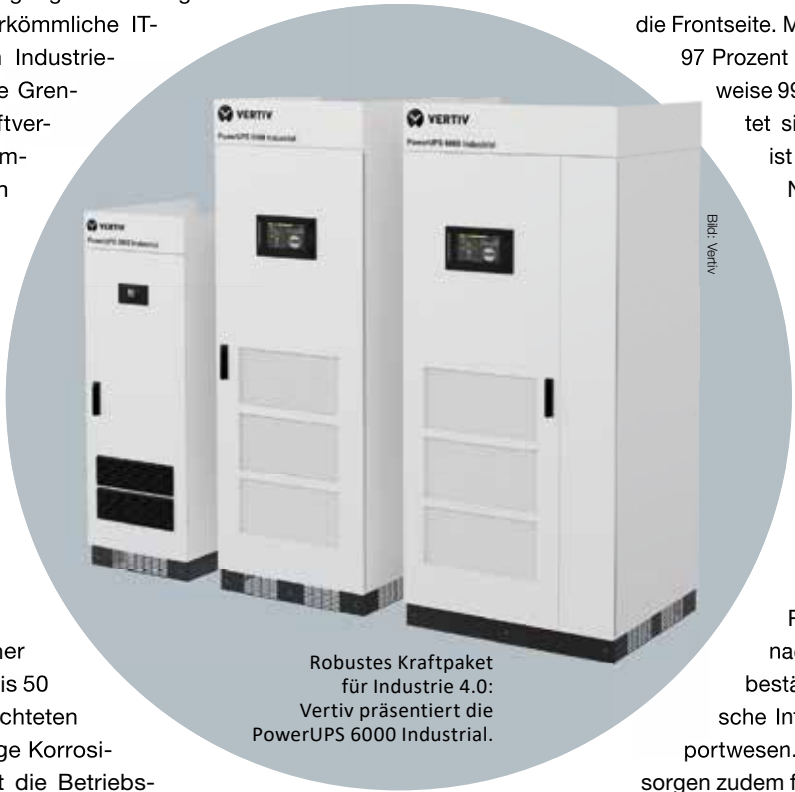
Produkt	ProCall Server-Version 8.9.1
Anbieter	Estos
Webseite	www.estos.de/produkte/procall/
Preis	ProCall On-Premises ab 6,55 € und ProCall NEX ab 10,59 € pro User/Monat
Ausstattung und Integration (max. 50 Punkte)	46 Punkte
System	
SIP-Kompatibilität	+
TK-Anlagen-Funktionen	+
Schnittstellen/CRM-Anbindung	+, über MetaDirectory an verschiedene CRM-/ERP-Systeme
SIP-Trunk-Funktionen	+
Integrationen (Microsoft 365, Active Directory, Exchange, Citrix)	+
Virtualisierung	+, Hyper-V/VMware VDI
Plattform	
Desktop	+, Windows Client und Web-App
Mobil (welche)	+, iOS inkl. CarPlay und Android
Webclient/Browser	+, alle Chromium-basierten Browser/Apple Safari/Mozilla Firefox
Peripherie-Unterstützung (Telefone, Headsets...)	+, diverse zertifizierte Endgeräte und Headsets
Ergänzende Tools	+, ECSTA, Infinity, IXI-UMS, MetaDirectory und weitere
Eigene App-Umgebung	-
Betrieb und Wartung	
On-Premise	+
Cloud EU	+
Cloud International	keine Server außerhalb der EU
Hybrid-Betrieb	+
Updates	+, ProCall NEX automatisch oder Download
Softwareverteilung	+, über UCServer, oder MS Group Policy
Datenschutz	
DSGVO-Konformität	+
Serverstandort	Deutschland und EU
Verschlüsselung	+, TLS + HTTPS – (bei NEX automatisch aktiv)
Zugriffs- und Rechtemanagement	EntralD (NEX) / On Prem über Active Directory
SIP-Verschlüsselung	über WebRTC grundsätzlich verschlüsselt
Support	
Verfügbarkeit	Dienste Status online, Service über Partner/Anbieter
Tutorials	über Partnerportal für Partner
Support	1. Level über Partner, 2. Level über Estos Deutschland
Software Assurance	+, inkl. automatischem Update und Upgrades
Funktionen (max. 25 Punkte)	20 Punkte
Hauptfunktionen	
Telefonie	+
Vermittlungsarbeitsplatz	+
Videokonferenz	+, 1:1 inklusive, ProCall Meeting optional verfügbar
Bildschirmfreigabe	+
Chat/Chatbot	+/ -
Präsenz	+, inklusive „Monitor“-Übersicht
Voicemail	+, über die TK-Anlage
Kontaktverzeichnis	+, aus mehreren Quellen (Outlook- und Notes-Integration - MetaDirectory)
Konferenztools	+, über ProCall Meeting-Option
Fax	- , über ixi-UMS optional möglich
Call-Routing	Rufverteilung über TK-Anlage
Anzahl Nutzer	keine feste Beschränkung
Anzahl Teilnehmer Online-Meeting	bis zu 50 Teilnehmer über ProCall Meeting-Option
Bedienung (max. 25 Punkte)	23,5 Punkte
Benutzeroberfläche	
Sprachen	Deutsch und sieben weitere Sprachen
Wahlbereich	groß und übersichtlich
Präsenzmanagement	
Statusanzeige in Echtzeit	+
Präsenzabgleich mit	Teams, Outlook und weitere
Automatische Präsenzsteuerung	+, über Kalender
Barrierefreiheit	
Zertifizierung	BITV 2.0 für ProCall Web, aktuell für Logib, Anrufe, Einstellungen und Informationen
Kontrast (min. 4.5:1)	erfüllt
Textgröße anpassbar (ohne Funktionsverlust)	über System und Vergrößerungssoftware
Sonstiges	2 Punkte
Demoversion für zehn Teilnehmer 30 Tage kostenlos, Daten bleiben komplett in der EU	
Gesamtwertung	91,5 Punkte (sehr gut)

* Preisangaben inkl. MwSt, alle Angaben ohne Gewähr

Vertiv USV für Industrie 4.0

► In modernen Fertigungshallen und Prozessanlagen ist eine stabile Stromversorgung das Rückgrat der Produktivität. Doch herkömmliche IT-Infrastruktur stößt in rauen Industrieumgebungen schnell an ihre Grenzen. Wo Feuchtigkeit, Luftverschmutzung oder hohe Umgebungstemperaturen den Betrieb gefährden, spielt das neue System von Vertiv seine Stärken aus. Die PowerUPS 6000 wurde gezielt für die Industrie 4.0 konzipiert, um kritische Steuerungen wie SPS- und SCADA-Systeme sowie die Automatisierung ganzer Produktionslinien vor elektrischen Schwankungen zu schützen.

Dank Schutzart IP42, einer thermischen Belastbarkeit bis 50 Grad Celsius und beschichteten Leiterplatten trotz der Anlage Korrosion und Staub. Dies sichert die Betriebskontinuität in Branchen wie der Chemie-, Stahl- oder Pharmaindustrie.



Robustes Kraftpaket für Industrie 4.0: Vertiv präsentiert die PowerUPS 6000 Industrial.

PowerUPS 6000 Industrial verfügt über eine kompakte Bauweise und volle Wartungszugänglichkeit über die Frontseite. Mit Wirkungsgraden von bis zu 97 Prozent (Doppelwandler) beziehungsweise 99 Prozent (ECO-Modus) arbeitet sie hocheffizient. Das System ist kompatibel mit VRLA-, Ni-Cd- und Li-Ion-Batterien und gleicht Netzschwankungen durch einen breiten Eingangsspannungsbereich (-40 bis +25 Prozent) zuverlässig aus.

Flexibilität und zertifizierte Sicherheit

Parallelschaltungen ermöglichen eine einfache Kapazitätserweiterung oder Redundanz. Zertifizierungen nach EN 50121 und EN 50171 bestätigen die Eignung für kritische Infrastrukturen und das Transportwesen. Die beschichteten Platinen sorgen zudem für dauerhaften Schutz gegen Feuchtigkeit und Ablagerungen, was die Lebensdauer in rauen Industrieumgebungen maximiert.

af

On-Line-Doppelwandler-System von Riello UPS

► Die neue Multi Power2 M2X von Riello UPS ist ein modulares On-Line-Doppelwandler-System, das speziell für maximale Kontinuität und Effizienz in kleinen Rechenzentren entwickelt wurde. Mit einer Doppelwandlungs-Effizienz von bis zu 98,2 Prozent bietet die Anlage eine flexible Skalierbarkeit von 15 bis 120 kW pro Schrank, die durch Parallelschaltung von bis zu sechs Systemen auf 720 kW erweitert werden kann. Das System basiert auf kompakten 2HE-Leistungsmodulen mit 15 kW oder 30 kW, wobei moderne Siliziumkarbid-Technologie (SiC) zum Einsatz kommt.

Für die Installation stehen zwei Varianten zur Verfügung: Das kompakte Power Cabinet (M2X 120 PCS)

mit vollständigem Frontzugang auf nur 0,56 Quadratmeter sowie der Combo-Schrank (M2X 120 CBC) mit integrierten Batteriesträngen. Beide Modelle unterstützen redundante N+1-Konfigurationen und verfügen über eine verteilte Intelligenz zur Kommunikation zwischen den Modulen.

Die Steuerung erfolgt intuitiv über einen Zehn-Zoll-Farb-Touchscreen mit Oszilloskop-Funktion, während eine System Monitoring Unit automatische Firmware-Updates und die Überwachung sicherstellt. Umfangreiches Zubehör, wie Anti-Seismic-Kits oder Schutzlackierungen für Leiterplatten, ermöglicht zudem den Einsatz in anspruchsvollen Umgebungen.

af

Exclusive Networks will mit Service Mehrwert schaffen

Nach dem überraschenden Weggang von Marcus Adä steuert Helge Scherff neben der Central Region kommissarisch auch das Geschäft in Deutschland. Und hier stehen bei Exclusive Networks 2026 Services im Fokus. Das Portfolio ist riesig, bislang aber wenig bekannt. Vor allem für seine kleineren Partner hat der VAD deshalb daraus standardisierte und handliche Pakete mit Bestellnummern geschnürt.

Autorin: Michaela Wurm



Alle Bilder: connect professional

hatte, hat vorerst kommissarisch die Verantwortung für das Deutschlandgeschäft mit übernommen. Beim Gespräch in München stellte er aber klar, dass dafür jetzt zeitnah ein Nachfolger gesucht wird – als Geschäftsführer oder Country Manager.

Es dürfte derzeit deutlich schwierigere Jobs in der IT-Landschaft geben. Denn das Geschäft mit Security und Netzwerktechnik läuft wie geschmiert. „2025 war ein vernünftiges Jahr. Kein Grund zum Weinen, auch keine großen Überraschungen“, berichtete Scherff. Von einem zweistelligen – organischen – Wachstum, wie es der VAD 2025 verbuchen konnte, dürften andere IT-Anbieter allerdings nur träumen.

Service-Pakete mit Bestellnummer

Weil das Kerngeschäft so gut läuft, kann sich Exclusive Networks jetzt darauf kon-

zentrieren, sein vielfältiges globales Angebot zu sortieren und seinen Partnern bekanntzumachen. Dafür hat man sich das riesige Service-Portfolio ausgesucht, das laut Scherff selbst ihm gar nicht so bewusst gewesen sei. „Wir haben global alle Services, die man sich vorstellen kann und zwar für Partner jeder Größe. Und wir könnten sie in jedem Land anbieten.“ Bei der Kommunikation gebe es allerdings noch noch einigen Verbesserungsbedarf.

Deshalb wurden die weltweiten Services jetzt standardisiert und paketierte. Ab dem zweiten Quartal können sie als handliche Packages mit einer Artikelnummer von allen Partnern im Bestellsystem gebucht werden. Auch kleine Partner können dann von der Beratung über Installationsservices bis zu globalen Roll-outs und Trainings für Partner und deren Kunden alles dazubuchen, was sie für ein Projekt brauchen, aber selbst nicht leisten können.

Dazu gehören beispielsweise auch SOC-Services, die der VAD seinen Partnern aus insgesamt sieben

Das Management-Team von Exclusive Networks: Andre Dieball, Thomas Henk, Helge Scherff, Rüdiger Lenz, Andy Hahner (v. li.)

► Beim traditionellen Presse-Neujahrsbrunch wollte das deutsche Management von Exclusive Network wie üblich die Geschäftsentwicklung und einen strategischen Ausblick präsentieren.

Kurz zuvor war aber bereits eine einschneidende Änderung an der Spitze durchgesickert. Denn nicht Marcus Adä informierte über den Stand der Dinge. Der Managing Director Germany und Regional Director DACH hatte den Security-Distributor nämlich bereits zum Jahresende verlassen.

So übernahm Helge Scherff, seit Ende 2025 Regional VP Central Region, mit seinen Kollegen Andre Dieball, Director Technical Customer Success DACH, Thomas Henk, Director Vendor Management, Rüdiger Lenz, Regional Service Director & Member of GLT und Andy Hahner, Director Networking DACH, die Aufgabe, die Pläne und strategischen Ziele des Security- und Netzwerk-Distributors für 2026 vorzustellen.

Scherff, der selbst erst im Oktober 2024 vom Mitbewerber Infinigate zu Exclusive Networks gewechselt

Operation Centers in Europa mit 24 x 7-Betreuung „fully managed“ für deren Endkunden liefern kann.

Dafür hat Exclusive Networks seine globale Service Organisation zum Jahreswechsel wiederbelebt und mit acht Fachverantwortlichen für Bereiche wie Professional Services, Global Solutions, Service Sales etc. verstärkt.

Ziel der globalen Service-Organisation sei es, die Services allen Partnern in allen Ländern so weit wie möglich standardisiert zur Verfügung zu stellen. Centers of Excellence sollen dabei helfen, die erforderlichen Kompetenzen zu konsolidieren, betont André Dieball, Director Technical Customer Success DACH. Er stellte aber auch klar, „das operative Tagesgeschäft bleibt in den Regionen“, denn die Verantwortlichen dort wüssten am besten, was gebraucht wird. Die globale Service-Organisation entwickle Services, standardisiere und konsolidiere sie und packe neue dazu. Auch solche aus Akquisitionen, wie im vergangenen Jahr durch Cloudrise dazugekommen seien.

Der Bedarf für das Angebot sei definitiv da. Vor allem die Nachfrage nach Managed Services steige. Diese selbst anzubieten, stelle für den VAD allerdings immer eine Gratwanderung dar, räumt Dieball ein. Er betont, dass es nur darum gehe, das Managed-Service-Portfolio der Partner zu erweitern und Lücken dort zu füllen, aber nicht, ihnen Geschäft wegzunehmen. „Wir wollen komplementäre Services auf globaler Ebene anbieten, in standardisierter Qualität und skalierbar.“

Netzwerkhersteller spüren die Speicherkrise

Auch die erst vor eineinhalb Jahren neu gegründete Netzwerk-BU unter Andy Hahner entwickelt sich prächtig. „Das erste Jahr hat unsere Erwartungen übertroffen“, berichtet der Director Networking DACH. Und das mit nur zwei Herstellern: Extreme Networks und Arista Networks. Aber die beiden seien so stark aufgestellt, dass es eigentlich keine weiteren brauche, meint Hahner. „Wir haben die Top-Hersteller. Mehr braucht es nicht. Wir wollen nicht mit einem Bauchladen rausgehen.“

So sei Arista Marktführer im Datacenter-Bereich – noch vor Cisco – und peile jetzt an, auch den Markt für Campus-Netzwerke zu erobern. Hier gebe es jede Men-

Helge Scherff, RVP Central Region, hat jetzt interimistisch auch die Leitung des Geschäfts in Deutschland übernommen.



ge Geschäftsmöglichkeiten, denn der Markt dort sei deutlich größer als der Datacenter-Markt.

Aber auch in dem riesigen Portfolio von Exclusive Networks schlummerten für seinen Bereich noch unzählige verborgene Möglichkeiten. Und das eigene Zentrallager in Holland mit einem Bestand von mehr als 20 Millionen sei extrem wichtig, wenn man das Geschäft ausbauen wolle.

Hahner berichtete aber auch, dass der Markt derzeit deutlich schwieriger werde – „nicht wegen fehlender Nachfrage, sondern weil die Preisbindung schwieriger wird. Die Steuerung des Geschäfts wird eine Herausforderung“. Schuld seien die massiven Engpässe bei Speichern, die allen Herstellern zu schaffen machen. Bei manchen gebe es deshalb geradezu Panikreaktionen. Nicht wenige hätten die Preisgarantie bei Projektanfragen stark verkürzt, manche sogar ganz aufgehoben. Extreme Networks sei da im Vergleich sehr human und biete nach wie vor eine Preisbindung von 30 Tagen. Einige Mitbewerber lägen da weit darunter und näherten sich Spotmarkt-Konditionen. ■



IHRE SOUVERÄNE CLOUD AUS DEUTSCHLAND

- Hochsichere, zertifizierte Rechenzentren in Deutschland
- Private, Public oder Hybrid Cloud – flexibel und hochverfügbar
- Maßgeschneiderte Cloud-Services – von der Planung bis zum Betrieb
- noris Sovereign Cloud (nSC): BSI-C5-testiert, compliant und unabhängig
- Volle Kostenkontrolle – kein Vendor Lock-in

Hindernisse für die digitale Transformation überwinden

Die digitale Transformation ist zu einem entscheidenden Ziel für moderne Unternehmen geworden. Für viele ist es jedoch alles andere als einfach, dieses Ziel zu verwirklichen. Veraltete Systeme, inkonsistente Daten, interner Widerstand und Unsicherheiten hinsichtlich der Kapitalrendite bremsen weiterhin die Dynamik – selbst in Unternehmen mit klaren strategischen Zielen.

Autor: Roland Kastner Redaktion: Andrea Fellmeth

► Von Führungskräften wird erwartet, dass sie skalierbare Veränderungen vorantreiben und gleichzeitig die Betriebskontinuität aufrechterhalten, Risiken managen und schnell einen Mehrwert erzielen. Das ist in jedem Geschäftsumfeld eine große Herausforderung, insbesondere aber in einem Umfeld, in dem die Komplexität den Weg in die Zukunft oft verschleiert.

Um schneller, intelligenter und mit größerer Zuversicht voranzukommen, benötigen Unternehmen einen besseren Überblick darüber, wie ihre Systeme, Daten und Mitarbeitenden zusammenwirken. Hier kann Organisational Intelligence (OI) einen transformativen Beitrag leisten.

Die Hindernisse verstehen

In allen Branchen tauchen immer wieder drei Hindernisse auf. Zum einen wirkt eine veraltete Infrastruktur wie ein Anker: Veraltete Plattformen und nicht miteinander verbundene Systeme verursachen Reibungsverluste, verlangsamen Prozesse und schränken die Integration ein. Selbst einfache Verbesserungen lassen sich nur schwer umsetzen. Dann verschärft die Fragmentierung von Daten das Problem: Wenn Informationen doppelt vorhanden, inkonsistent oder nicht zugänglich sind, wird es schwierig, sich einen zuverlässigen Überblick über die Betriebsabläufe zu verschaffen. Führungskräfte sehen sich gezwungen, Entscheidungen auf der Grundlage unvollständiger Daten zu treffen – oder gar keine Entscheidungen zu treffen. Und schließlich kann es auch Widerstand gegen Veränderungen geben, seitens der Mitarbeitenden und auch seitens der Führungskräfte. Dies ist oft auf Unsicherheiten hinsichtlich der Kapitalrendite zurückzuführen. Ohne eine klare Grenze zwischen Transformation und messbarem Geschäftswert haben selbst gut gemeinte Projekte Schwierigkeiten, das erforderliche Engagement zu sichern.

Diese Probleme verzögern nicht nur den Fortschritt, sondern führen auch zu Ermüdungserscheinungen. Mit der Zeit untergraben sie das Vertrauen in digitale Strategien, die ursprünglich vielversprechend waren.

Die digitale Transformation beginnt nicht mit Technologie, sondern mit Verständnis. Ohne einen klaren Überblick darüber, wie Informationen durch das Unter-

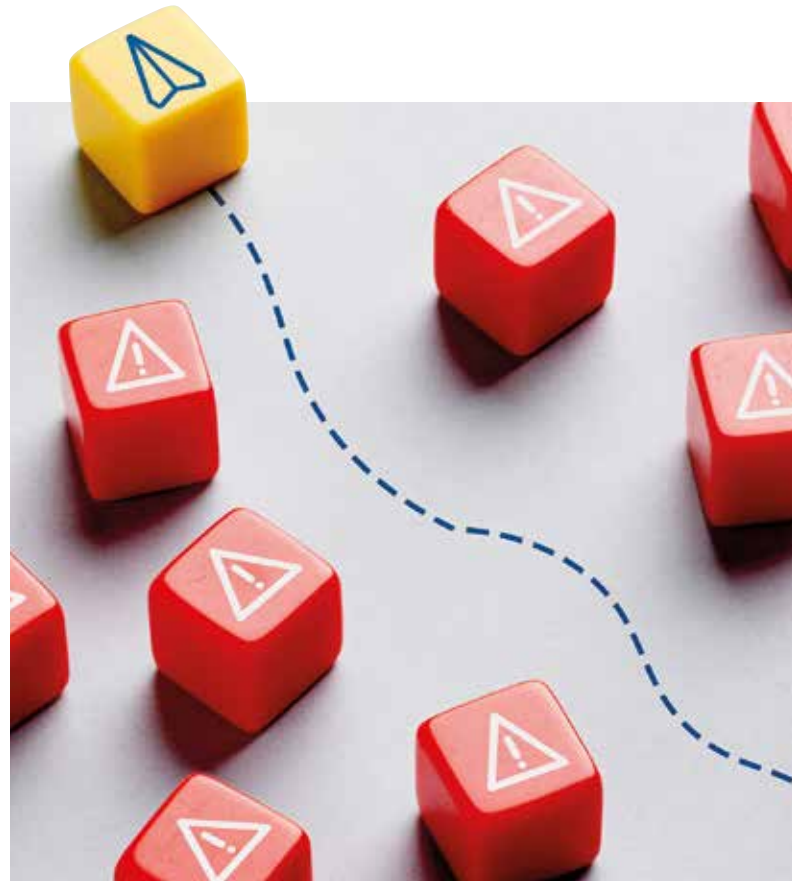


Bild: Olegien Sayn – shutterstock.com

nehmen fließen – wer sie berührt, wohin sie gelangen, wo sie verloren gehen –, ist es fast unmöglich, Veränderungen zu planen, die effizient, skalierbar und die Investition wert sind.

Organisatorische Intelligenz bietet diese grundlegende Transparenz. Indem OI die verborgene Struktur der Datenerfassung, -verarbeitung und -nutzung offenlegt, hilft sie Führungskräften dabei, die Tools zu identifizieren, die sie benötigen, um fundiertere und bewusstere Entscheidungen darüber zu treffen, wo und wie Veränderungen vorgenommen werden sollen. OI führt eine Perspektive ein, in der das Unternehmen als ein Netzwerk flexibler Wissenspfade betrachtet wird. Diese Veränderung der Denkweise ist entscheidend. Anstatt Veränderungen nur auf der Ebene einzelner Abteilungen und Prozesse zu betrachten, konzentriert sich OI darauf, wie Werte im gesamten Unternehmen fließen und

wie sich Verbesserungen des Datenzugriffs in einem Bereich positiv auf andere Bereiche auswirken. Dies ermöglicht intelligenter, gezieltere Verbesserungen und einen strategischeren Ansatz zur Wertschöpfung.

Der Vorteil dieses Ansatzes liegt in seiner Flexibilität. Anstatt einen vollständigen Austausch bestehender Tools zu fordern, konzentriert sich OI darauf, den richtigen Personen und Systemen die richtigen Daten zur Verfügung zu stellen. Wenn Mitarbeitende Zugang zu genauen Informationen im Kontext haben, arbeiten sie effektiver, reagieren schneller und leisten einen bedeutenden Beitrag zum Geschäftserfolg.

Von der Erkenntnis zur Umsetzung: einen praktischen Weg finden

Viele digitale Initiativen scheitern nicht, weil die Ziele falsch sind, sondern weil die Schritte zu deren Erreichung nicht klar definiert sind. OI hilft, diese Lücke zu schließen, indem es strategische Ziele und operative Schritte auf strukturierte Weise verdeutlicht. Zu Beginn geht es darum, eine umfassende Prüfung der Arbeitsabläufe durchzuführen und zu identifizieren, wo Prozesse auf manuelle Eingaben, doppelte Arbeit oder veraltete Genehmigungsverfahren angewiesen sind. Als Nächstes gilt es, sich auf einen einzigen Prozess mit großer Wirkung zu konzentrieren. Ob es sich um die Einarbeitung neuer Mitarbeitender, die Genehmigung von Dokumenten oder den Rechnungsabgleich handelt – die Konzentration auf einen einzigen wichtigen Arbeitsablauf macht es einfacher, den Mehrwert aufzuzeigen und Dynamik aufzubauen. Anschließend heißt es, Bereiche zu priorisieren, die mit der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften oder der Geschäftskontinuität zusammenhängen. In vielen Fällen ist die Erfassung von Informationen die entscheidende Grundlage für die Transformation. Die Qualität der Eingaben hat einen direkten Einfluss auf die Qualität der Ergebnisse – und auf die Leistung aller nachgelagerten Systeme, die auf diese Daten angewiesen sind.

Organisatorische Intelligenz für reibungslose Transformation

Der Fokus liegt dabei nicht nur auf dem Ziel, sondern auch auf dem Weg dorthin. Es geht darum, Tools und Strategien einzusetzen, die Unternehmen dabei helfen, Komplexität in Klarheit zu verwandeln – ohne den täglichen Betrieb zu unterbrechen.

Lösungen, die sich in komplexen Umgebungen mit hohen Compliance-Anforderungen bewähren, sollten sich in bestehende Infrastrukturen integrieren lassen. Das hilft dabei, Ziele zu definieren und einen Fahrplan zu erstellen, der dem eigenen Kontext entspricht.

Durch die Verbesserung des Zugangs zu genauen, nutzbaren Informationen wird es Unternehmen möglich, die Chancen der digitalen Transformation zu identifizieren und zu rechtfertigen, so dass ein echter geschäftlicher Mehrwert entsteht. Das Ergebnis ist nicht nur operative Effizienz, sondern auch langfristige Widerstandsfähigkeit mit dem Potenzial, die Erfahrungen von Kunden und Mitarbeitenden gleichermaßen neu zu definieren.

Wie organisatorische Intelligenz Ergebnisse liefert

Branchenübergreifend zeigen Beispiele aus der Praxis die Auswirkungen dieses Ansatzes.

■ Ein globaler Anbieter von Gaming-Technologie hat eine auf Ricoh-Bildaufnahmetechnologie basierende Lösung implementiert, um interne Prozesse zu verbessern. Das Ergebnis: gesteigerte Produktivität, höhere Prozesssicherheit und mehr Zeit für hochwertige Vertriebsaktivitäten.

■ Eine große europäische Bank hat ihre papierbasierten Logistikprozesse überarbeitet – wodurch der physische Transport von Dokumenten entfiel und vier Millionen Euro eingespart wurden.

Der Weg nach vorn

Die digitale Transformation muss nicht mit einer umfassenden Neugestaltung beginnen. Sie kann mit einem einzigen Prozess, einer einzigen Erkenntnis, einer einzigen Verbesserung beginnen. Am wichtigsten ist es, zu erkennen, wo man ansetzen kann – und auch die Struktur zu definieren, um weiterzumachen.

OI bietet beides. Das Verständnis, wie sie als Konzept funktioniert, gibt eine Richtung vor und verdeutlicht den Weg nach vorne, hilft dabei, Argumente für Veränderungen zu finden, und unterstützt Führungskräfte dabei, mit minimalen Störungen greifbare Ergebnisse zu erzielen.

Für Unternehmen, die es mit der Transformation ernst meinen, ist OI keine technologische Ebene. Sie ist eine strategische Fähigkeit, die dabei hilft, fragmentierte Daten zu erfassen, zu nutzen und in abgestimmte Maßnahmen und Wettbewerbsvorteile umzuwandeln. ■

Über den Autor:

► Roland Kastner ist Regional Sales Manager bei PFU (EMEA) Limited – A Ricoh Company mit Sitz in München. Seit fast acht Jahren ist er Teil des Unternehmens und bringt insgesamt über 16 Jahre Erfahrung im Bereich Dokumentenscanner und Imaging-Lösungen mit.



Bild: PFU

In Geiselhaft durch Leistungsträger

Ein MSP, der wachsen will, braucht Exzellenz. Spitzentechniker oder Top-Vertriebler sind in jedem Unternehmen ein Glücksfall. Doch die Abhängigkeit von wenigen Leistungsträgern kann in die Geiselhaft führen, warnt unser Kolumnist Olaf Kaiser. Vermeiden lasse sich das nicht vollständig. Entscheidend sei, wie man damit umgehe.

Autor: Olaf Kaiser Redaktion: Michaela Wurm

► Bei vielen Managed Service Providern beginnt die Geschichte harmlos. Da ist der eine Techniker, der „schon immer“ die Firewall-Landschaften der größten Kunden betreut. Er kennt jede Sonderregel, jede Altlast, jede Abkürzung im System. Und wenn es brennt, ruft man – natürlich – ihn an.

Ein paar Büros weiter sitzt der Vertriebsstar. Er hat die dicken Accounts geholt, kennt die IT-Leiter persönlich und weiß, wann der Rahmenvertrag verlängert wird. Wenn er hustet, hustet der Umsatz mit.

Was zunächst nach unternehmerischem Glück klingt – die richtigen Leute am richtigen Platz –, entwickelt sich schleichend zur Abhängigkeit. In kleineren Häusern hängt das technische Rückgrat an ein oder zwei „Gurus“. In etwas größeren Unternehmen kommt die gefühlte Umsatz-Alleinherrschaft einzelner Vertriebler hinzu. Und irgendwann wird aus Respekt Vorsicht. Aus Vorsicht wird Rücksicht. Und aus Rücksicht wird strategische Geiselhaft.

Typisch ist dann ein bestimmtes Führungsverhalten: Entscheidungen werden nicht mehr primär danach getroffen, was für das Unternehmen richtig ist, sondern danach, wie „die Schlüsselperson“ wohl reagieren könnte. Wird der Star-Techniker sauer sein, wenn wir Standards einführen? Kündigt der Top-Vertriebler, wenn wir Accounts neu zuschneiden oder Margen transparenter machen?

Die Schieflage entsteht oft ohne böse Absicht. Die Leistungsträger nutzen ihre Position nicht aktiv aus. Aber Macht entsteht dort, wo Alternativen fehlen. Und Alternativen fehlen, wenn Wissen nicht geteilt und Kundenbeziehungen nicht institutionalisiert sind.

Wäre das vermeidbar? Ehrlich gesagt: nicht vollständig. Wer als MSP wachsen will, braucht Exzellenz. Und Exzellenz ist selten gleichmäßig verteilt. Die besten Köpfe

liefern nun einmal überdurchschnittliche Ergebnisse – technisch wie vertrieblich. Aus Risikoperspektive kann man Redundanz einplanen, Dokumentation einfordern, Tandems bilden. Doch hundertprozentige Unabhängigkeit von Individuen bleibt Illusion.

Die entscheidende Frage lautet daher nicht, ob es Abhängigkeiten gibt, sondern wie man mit ihnen umgeht.

1. Transparenz statt Flurfunk. Wenn strategische Entscheidungen anstehen – neue Services, Standardisierung, Margenvorgaben – muss klar kommuniziert werden, dass der Maßstab das Unternehmenswohl ist.

2. System schlägt Heldentum. Wissen gehört dokumentiert, Kundenbeziehungen gehören ins CRM, nicht ins private Notizbuch. Wer sich dagegen sperrt, argumentiert selten fachlich, sondern emotional.

3. Die Komfortzone offen ansprechen. Meine Erfahrung: Vielen „Unersetzlichen“ geht es in ihrer Rolle ziemlich gut. Gestaltungsspielraum, Anerkennung, Sicherheit. Die Drohkulisse eines Wechsels ist häufig größer im Kopf der Geschäftsführung als in der Realität.

Und schließlich heißt Führung, Spannungen auszuhalten. Wer jede Entscheidung auf Harmonie trimmt, verliert langfristig die Steuerungsfähigkeit. Ein Unternehmen ist kein Fanclub für Top-Performer, sondern ein System, das nachhaltig funktionieren muss.

Mein Fazit: Abhängigkeiten von starken Persönlichkeiten sind normal – gerade im MSP-Umfeld. Gefährlich werden sie erst, wenn Führung aus Angst handelt. Wer transparent erklärt, dass das Wohl des Unternehmens oberste Richtschnur ist, reduziert das Risiko meist stärker als jede vorausseilende Rücksichtnahme. Leistungsträger wollen ernst genommen werden – aber sie respektieren Klarheit. Und Klarheit ist am Ende die beste Versicherung gegen strategische Geiselhaft.

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

Highlights aus dem Testlabor



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/>



Bild: Dazan Zovic und Patecom Medien – shutterstock.com

Warum der Browser zum neuen Kontrollpunkt wird

Hybrides Arbeiten, SaaS und KI-Nutzung verändern den IT-Arbeitsplatz grundlegend. Mit Workspace Protection setzt Sophos auf einen browserzentrierten Sicherheitsansatz und adressiert damit die Grenzen klassischer SASE-Modelle sowie neue Chancen für den Channel.

Autorin: Diana Künstler

► Hybrides Arbeiten ist Alltag: Mitarbeitende sind mobil, der „Büro-Perimeter“ löst sich auf. Der Browser wird dabei zum zentralen Arbeitsort. „Der Arbeitsplatz ist nicht mehr das Büro mit der Mauer drumherum“, beschreibt Stefan Fritz, Senior Director Channel Sales für Sophos EMEA Central, diese Entwicklung im Interview mit connect professional. Der erste Griff sei meist: Browser öffnen und mit SaaS-Diensten arbeiten. Also dort, wo auch moderne Risiken wie Schatten-IT und KI-Nutzung entstehen.

Workspace Protection setzt genau dort an und verlagert Security-Kontrollen direkt in den Browser, statt den Traffic über zentrale Gateways zu schleusen. Das soll Komplexität und Kosten senken und gleichzeitig Sichtbarkeit und Kontrolle erhöhen.

Klassisches SASE stößt an Grenzen

Sophos sieht klassische SASE- oder SSE-Modelle angesichts verteilter Arbeitsmodelle zunehmend an operative Grenzen stoßen – insbesondere dort, wo Security-Kontrollen stark netzwerkzentriert bleiben, während Anwendungen und Nutzer sich weiter entkoppeln. VPNs und zentrale Gateways verursachen Latenz, Aufwand und Kosten. „Ich gehe erst über VPN durch die Firma, habe Wartezeit, es funktioniert nicht – und stehe damit eigentlich schon vor einem Riesenproblem“, so Fritz. Der browserzentrierte Ansatz von Workspace Protection soll diese Hürden umgehen und Sicherheit dort verankern, wo Anwendungen genutzt werden.

Die technische Grundlage von Workspace Protection ist der Sophos Protected Browser, ein Chromium-basierter Unternehmensbrowser mit integrierten Zugriffs- und Sicherheitskontrollen. Die zugrundeliegende Technologie stammt von Island, wird aber tief in Sophos Central integriert und als Teil eines modularen Pakets angeboten. Das reduziert Rollout- und Betriebsaufwand und macht den Ansatz besonders attraktiv für hybride Umgebungen – vom Midmarket bis hin zu großen, komplexen Organisationen.

Ein elementarer Use Case ist die Kontrolle von generativer KI-Nutzung: Viele Mitarbeitende nutzen KI-Tools, bevor formale Sicherheits- oder Governance-Modelle greifen. Fritz betont, dass Sichtbarkeit und Richtliniensteuerung dies adressieren – ohne Innovation zu blockieren. Aus Sicht von Sophos ist das mehr als eine Ergänzung: „Ich glaube schon, dass es da einen Paradigmenwechsel geben wird. Das ist die nächste Stufe.“

Rechenzentren, Datenhoheit und Zielgruppen

Ein weiterer Punkt in der Sophos-Strategie ist die regionale Datenhaltung. Sophos Central, die cloudbasierte Managementplattform, wird in mehreren globalen Cloud-Regionen betrieben – darunter Standorte in Deutschland und Irland für europäische Kunden sowie weitere Regionen in Nordamerika, Asien-Pazifik und dem Nahen Osten. Unternehmen wählen bei der Einrichtung die Region, in der ihre Daten verarbeitet wer-

den. Diese verbleiben laut Sophos innerhalb der gewählten Region. Damit adressiert der Hersteller Anforderungen an Datenschutz, Datenhoheit und Compliance, insbesondere im europäischen Markt.

Ein weiterer Aspekt, den Fritz im Interview betont, ist die Zielgruppenlage in Deutschland: „Wir sehen bei Unternehmen jeglicher Größe die Herausforderung, mit zunehmend komplexen IT-Anforderungen zurechtzukommen zu müssen.“ Sophos will mit Workspace Protection explizit dieses Problem angehen, indem die Lösung einfach zu implementieren ist und sowohl technische als auch preisliche Hürden niedrig hält – egal ob für SMB, MM oder Enterprise.

Chancen für Channel und MSPs

Sophos sieht Workspace Protection klar als Wachstumsfeld für den Channel. Die Lösung ist sowohl im klassischen Laufzeitmodell als auch über MSP Flex verfügbar. Für Partner eröffnen sich laut Fritz mehrere Chancen: Upselling bei Bestandskunden, Cross-Selling mit Firewall, Endpoint oder MDR – und ein neuer Gesprächseinstieg bei Neukunden. „Wenn ich heute anrufe und eine Firewall verkaufen will, ist das Commodity. Wenn ich aber Workspace Protection anbiete, spreche ich über etwas Neues.“

Gerade für MSPs sei die Lösung attraktiv, weil sie sich schnell ausrollen lasse und wenig Betriebsaufwand verursache. „Du bist in 30 Sekunden up to date“, beschreibt Fritz die geringe Einstiegshürde. Gleichzeitig fügt sich Workspace Protection nahtlos in das neu strukturierte Sophos-Portfolio sowie in Partnerprogramme wie MSP Flex und MSP Elevate ein – inklusive Anrechnung auf Partnerstatus und Umsatzmodelle.

Strategisch positioniert sich der Security-Anbieter mit diesem Ansatz zwischen spezialisierten Browser-Security-Anbietern und etablierten SASE-Playern – mit dem Anspruch, frühzeitig einen neuen Kontrollpunkt zu besetzen, der moderne Anforderungen hybrider Arbeit adressiert. ■

Der Arbeitsplatz ist heute der Browser, also gehört auch die Sicherheit genau dorthin.



STEFAN FRITZ,
Senior Director Channel Sales
für Sophos EMEA Central



Bild: Sophos

Data Protection für On-Prem-Umgebungen



Bild: Andrey Popov – shutterstock.com und Christoph Lange



Mit Cyber Protect Local bietet Acronis eine Cyber-Resilienz-Lösung an, die private Clouds und abgeschottete IT- und OT-Umgebungen vor Datenverlusten schützt. Die Verwaltung und Speicherung der Backup-Daten erfolgt im eigenen Rechenzentrum. Die Acronis-Agenten stellen zahlreiche zusätzliche Funktionen wie Malware- und Ransomware-Schutz, URL-Filterung und Patch-Management bereit.

Autor: Christoph Lange Redaktion: Andrea Fellmeth

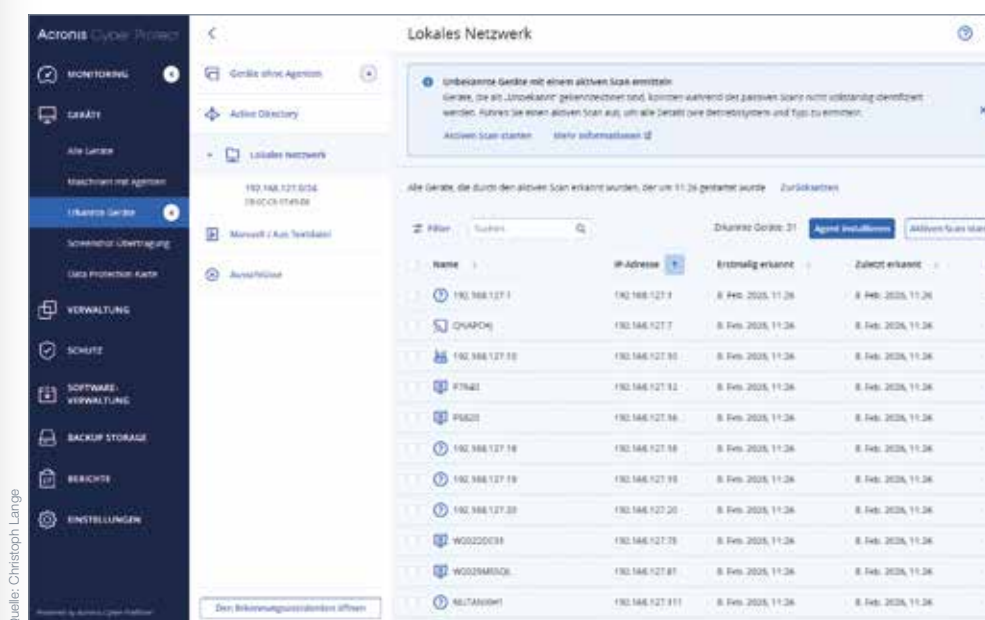
► Acronis ist ein Spezialist für Data Protection und Cybersecurity und hat mit Cyber Protect Local eine neue Lösung auf den Markt gebracht, die sicherstellt, dass Backups immer in den unternehmenseigenen Rechenzentren gespeichert werden. Diese Variante der Cyber-Resiliency-Plattform eignet sich für alle Unternehmen, die sensible Daten nicht in externen Clouds speichern möchten. Für Anwender, die Cloud-Backups nutzen, bietet Acronis schon seit Längerem die Lösung Cyber Protect an.

Leistungsfähige Schutzfunktionen

Die Cyber-Protect-Plattform umfasst zahlreiche Schutzfunktionen für die verwalteten Geräte. Active Protection bietet eine integrierte Endpunktsicherheit mit Malware- und Ransomware-Schutz und nutzt hierfür AI- und ML-Funktionen. Sie lässt sich auch zusammen mit Windows Defender Antivirus und Microsoft Security Essentials nutzen. Das URL-Filtering erkennt zum einen automa-

tisch schädliche Webseiten, zum anderen kann der Systemverwalter damit den Zugriff auf bestimmte Webseiten gezielt sperren. Die Schwachstellenerkennung zeigt in der Webkonsole aktuelle Bedrohungen und verfügbare Gegenmaßnahmen an. Für Windows-Systeme hat Acronis in Cyber Protect zudem ein Patch-Management integriert, das fehlende Security-Patches automatisch auf den betroffenen Rechnern installiert.

Nützlich ist auch die Active-Directory-Integration, die sich sowohl für die Berechtigungsvergabe als auch für die Remote-Installation der Backup-Agenten verwenden lässt. Nicht geschützte Geräte erkennt Arconis mithilfe von Netzwerkscans. Der Agent unterstützt auch Backups von Anwendungen wie Microsoft Exchange und MSSQL Server. Zudem kann die Lösung von Acronis ältere Betriebssysteme wie Windows XP schützen sowie OT-Geräte mit beschränkten Rechenressourcen ohne Agenteninstallation sichern und wiederherstellen.



Quelle: Christoph Lange

Um den von den Backups belegten Speicherplatz zu reduzieren, führt Acronis automatisch eine De-Duplizierung der gesicherten Daten durch. Die CDP-Funktion (Continuous Data Protection) ist bei Cyber Protect nicht global für alle Daten implementiert, sondern wird gezielt für ausgewählte Anwendungen oder Verzeichnisse aktiviert und sichert automatisch jede geänderte Datei. Die auf Virtualisierungsplattformen wie Microsoft Hyper-V, VMware vSphere, Nutanix AHV oder Proxmox laufenden VMs kann Acronis mithilfe von virtuellen Appliances oder auf den Hosts installierten Hypervisor-Agenten direkt über die Host-Systeme sichern.

Für die Wiederherstellung von nicht mehr funktionsfähigen Geräten lassen sich physische und virtuelle Computer auf das ursprüngliche System vollständig zurücksichern. Mit Universal Restore ist es zudem möglich, physische Windows- und Linux-Systeme oder VMs auf unterschiedlicher Hardware wiederherzustellen. Instant Restore kann unter VMware ESXi und Microsoft Hyper-V Windows- oder Linux-Rechner direkt vom Backup-Storage starten und kopiert dann im Hintergrund alle Daten des betroffenen Systems auf das primäre Storage-System zurück. Acronis unterstützt auch ein One-Click-Recovery, das die Systemwiederherstellung beim Einschalten des Gerätes mit einem Tastendruck startet und automatisch durchführt.

Mit Cyber Protect Local lassen sich Daten auch auf Bandlaufwerke sichern, wobei Tape Multiplexing und Tape Multistreaming für hohe Übertragungsraten sorgen. In der Cloud-Produktvariante ist der Tape-Support nicht verfügbar. Dafür sind hier XDR und NDR als zusätzliche Sicherheitsfunktionen implementiert, die in der Local-Version fehlen.

Die Unterstützung für Immutable Backup Storage ist in allen Cyber-Protect-Editionen enthalten. In der Local-Version lässt sich diese Funktion aber nur zusammen mit der Immutable-Storage-Hardware von Acronis nutzen, die unter dem Namen Cyber Infrastructure Storage erhältlich ist. Die Cloud-Variante von Cyber Protect kann dagegen den vom jeweiligen Cloud-Anbieter bereitgestellten Immutab-

le-S3-Storage verwenden. Acronis-Backups unterstützen mit P2V, V2V, V2P und P2P (Physical und Virtual) sowie P2C, V2C, C2C, C2V und C2P (Cloud, Physical und Virtual) auch eine Migration zwischen unterschiedlichen Plattformen mit zahlreichen Kombinationsmöglichkeiten.

Managementserver schnell installiert

Der Acronis Managementserver mit der Cyber-Protect-Konsole für die zentrale Konfiguration und Verwaltung der Plattform lässt sich auf einer VM oder einem Hardware-Server mit Windows- oder Linux-OS einrichten. Wir installierten die Software auf einer WS2025-VM, die auf dem Nutanix-Cluster unserer

Acronis ermittelt per Netzwerk-Scan alle Geräte, auf denen der Agent installiert werden kann.

Testumgebung lief. Die Backup- und Recovery-Tests führten wir mit acht Windows-VMs durch, die wir zur Hälfte auf der Nutanix-Plattform und zur anderen Hälfte auf einer VMware Workstation platzierten. Es handelte sich um sieben Server mit WS2025 und WS2022 sowie einen W11-Client. Für die Restore-Tests kam auch ein W11-Notebook zum Einsatz. Alle Systeme waren Mitglied der Active-Directory-Domäne der Testumgebung.

Die Installation des Managementserver war nach wenigen Minuten abgeschlossen. Wir übernahmen im Setup-Assistenten die Default-Einstellungen. Standardmäßig verwendet Acronis eine Embedded SQLite Datenbank, die bis zu 1.000 Backup-Agenten unterstützt. Mit einer externen MSSQL Datenbank lassen sich bis zu 8.000 Agenten sichern. Sobald der Managementserver installiert war, konnten wir uns per Webbrowser über den Port 9877 an der Cyber-Protect-Konsole anmelden. ►

Acronis Cyber Protect 17 Local

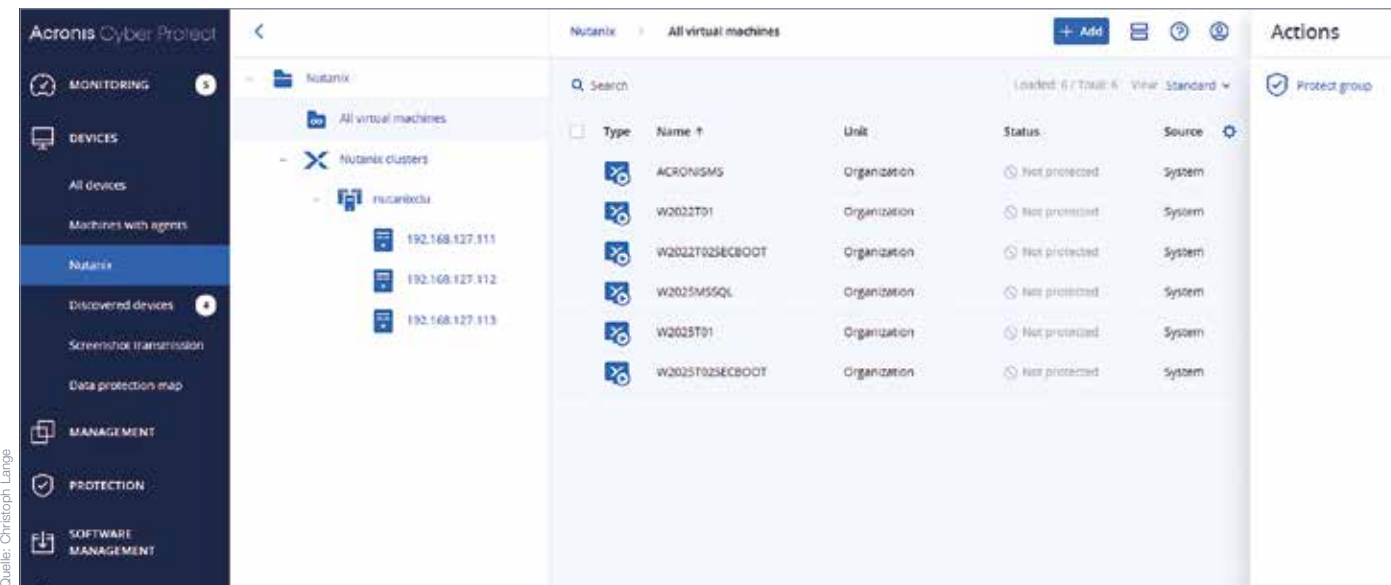
POSITIV

- Schnelle Installation und Inbetriebnahme
- Agent unterstützt zahlreiche Sicherheitsfunktionen
- Zuverlässige Wiederherstellung von physischen und virtuellen Computern
- Umfangreiche Online-Dokumentation mit verständlichen Anleitungen und Hilfeartikeln

NEGATIV

- Komplexes Lizenzmodell erfordert exakte Planung der benötigten Data-Protection-Funktionen

connect professional Urteil: **sehr gut**



Quelle: Christoph Lange

Agenten-Rollout auf mehreren Wegen

Das Dashboard zeigt den Schutzstatus aller verwalteten Geräte zentral an. Als Backup-Repository diente im Test eine 1-TB-Disk des Managementsservers. Der Rollout der Agenten erfolgt lokal oder remote, etwa via Active Directory, Group Policy oder Listen-Import. Ein Netzwerkscan identifizierte im Test zuverlässig alle IP-Adressen und Hostnamen. Die anschließende Remote-Installation auf neun Testsystemen via AD dauerte knapp drei Stunden..

Schutzpläne mit zahlreichen Funktionen

Acronis steuert Backups und Sicherheitsfunktionen wie Malware-Schutz, URL-Filterung und Patch-Management zentral über Schutzpläne. Hier lassen sich Zeitpläne, Verschlüsselung und Aufbewahrungsfristen definieren. Standardmäßig erfolgen Sicherungen inkrementell, wobei auch Voll- oder differentielle Backups möglich sind. Wichtig ist dabei die korrekte Lizenzierung der einzelnen Features. Im Test wurden neun Rechner über zwei Wochen fehlerfrei gesichert. Während das initiale Voll-Backup 5–15 Minuten beanspruchte, dauerten die täglichen Folgesicherungen nur ein bis zwei Minuten. Die Konsole überwacht den Fortschritt und alarmiert bei Fehlern (auch per E-Mail). Besonders praktisch: Verpasste Backups holt Acronis automatisch nach, sobald ein Gerät wieder online ist. Für komplexe Umgebungen mit mehreren Standorten steht zudem ein separater Dashboard-Server zur Verfügung.

Wiederherstellung von Daten und Systemen

Die Rücksicherung von einzelnen Dateien und Verzeichnissen oder von kompletten Systemen erfolgt von der Cyber-Protect-Konsole aus über das Recovery-Menü des betroffenen Gerätes. Sobald der Systemverwalter auf Wiederherstellen klickt, erscheinen die Menüpunkte Komplette Maschine und Dateien/Ordner.

Einzelne Dateien und Verzeichnisse lassen sich entweder auf den Rechner herunterladen, von dem aus die Cyber-Protect-Webkonsole bedient wird. Oder die Daten

Acronis unterstützt eine agentenlose VM-Sicherung mit zahlreichen Virtualisierungsplattformen wie zum Beispiel Nutanix AHV.

werden direkt auf dem betroffenen Gerät an ihrem ursprünglichen Ort oder in einem Restore-Verzeichnis wiederhergestellt. Beide Verfahren haben in den Tests erfolgreich funktioniert.

Den Restore kompletter Windows-Rechner testeten wir mit einer W11-VM, einer WS2025-VM und einem physischen W11-Notebook. Diese drei Geräte stellten wir mit dem am Vorabend erstellten Backup über die Cyber-Protect-Webkonsole aus der Ferne erfolgreich wieder her. Acronis rebootet den Rechner und startet beim Hochfahren die Acronis-Recovery-Umgebung. Anschließend stellt der Agent aus dem Backup die Windows-Partitionen wieder her. Der Restore dauerte pro Gerät zwischen zehn und fünfzehn Minuten.

Wenn ein Rechner offline ist, lässt er sich nicht von der Acronis-Konsole aus wiederherstellen, sondern muss lokal mit dem Acronis-Recovery-Boot-Medium gestartet werden. Der Systemverwalter kann dann von der lokalen Acronis-Recovery-Konsole aus das wiederherzustellende Backup auswählen und den Restore starten. Wir stellten mit diesem Verfahren eine WS2022-VM und das W11-Notebook mit dem Backup vom Vorabend erfolgreich wieder her.

Sicherung von Virtualisierungsplattformen

Cyber Protect Local unterstützt auch eine agentenlose Sicherung von VMs auf zahlreichen Virtualisierungsplattformen wie VMware ESXi, Microsoft Hyper-V, Nutanix AHV oder Proxmox VE. Da wir mehrere VMs auf einem Nutanix-AHV-Cluster laufen hatten, installierten wir zum Abschluss der Tests die virtuelle Acronis Backup-Appliance für Nutanix. Nach abgeschlossenem Setup und der Grundkonfiguration erschien in der Cyber-Protect-Konsole der Nutanix-Cluster mit seinen drei AVH-Hosts und allen darauf laufenden VMs. Um die Recovery-Funktion zu testen, deinstallierten wir bei zwei Test-VMs den Acronis-Agenten und sicherten die Windows-Server anschließend agentenlos über die Nutanix-Appliance von Acronis. Dann löschten wir die beiden VMs vom Storage des Nutanix-Clusters und stellten sie über die Acronis-Konsole aus dem Backup erfolgreich wieder her. ■

Führungswechsel bei Kyocera und Triumph-Adler

Bei Kyocera Document Solutions wird **Christopher Rheidt** (Bild oben) ab 1. April 2026 der neue President von Kyocera Document Solutions Europe Management. Er gibt deshalb sein Amt als Geschäftsführer der TA Triumph-Adler Gruppe ab. **Dietmar Nick** (Bild unten) übernimmt dessen Position zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von Kyocera Document Solutions Deutschland.

Rheidt ist bereits seit März 2024 neben seiner bisherigen Rolle bei TA Triumph-Adler auch Executive Vice President bei Kyocera Document Solutions Europe Management. Er rückt nun auf die Position von President auf Takuya Marubayashi vor, der eine globale Rolle bei Kyocera Document Solutions übernimmt.

Der Führungswechsel soll laut Unternehmen den Fokus auf Wachstum und kundenorientierte Innovation in der Region weiter stärken. Die Marken Kyocera, TA Triumph-Adler und UTAX sowie die Organisationsstruktur der Unternehmen blieben als wesentliche Grundpfeiler bestehen. af



Bild: Kyocera



Neuer Logistikchef bei Ingram Micro

Schon zum Jahresbeginn hat **Martin Peintinger** die Leitung des Logistik-Standorts von Ingram Micro in Straubing übernommen. In seiner Funktion als neuer Director Operations DACH verantwortet er die Logistikaktivitäten

des Unternehmens in Deutschland, Österreich und der Schweiz und ist außerdem Mitglied der Ingram-Micro-Geschäftsleitung in Deutschland. Er folgt auf Rupert Hierl, der Ende 2025 in den Ruhestand getreten ist. Mit dem Standort Straubing ist Peintinger für einen der wichtigsten Distributionsknotenpunkte des Unternehmens in Europa verantwortlich. Als größtes Logistikzentrum von Ingram Micro in der EMEA-Region spielt er eine wichtige Rolle im internationalen Netzwerk des Broadliners. af



Bild: Ingram Micro



Bild: MediaMarktSaturn

Cconomy-CEO geht – Nachfolger steht bereit

Nicht einmal ein Jahr stand **Kai-Ulrich Deissner** an der Spitze der Konzernmutter von MediaMarkt und Saturn. Jetzt hat der CEO von Cconomy seinen Rücktritt angekündigt. Aus persönlichen Gründen will er sein

Amt im Laufe des Jahres 2026 an einen Nachfolger übergeben. Der steht offensichtlich schon fest.

Nachdem bereits Gerüchte kursierten, hat das Präsidium des Aufsichtsrats bestätigt, sich für Remko Rijnders, bisher Finanzvorstand der Gesellschaft, entschieden zu haben. Deissner werde sein Amt als Vorstandsvorsitzender bis zum Wirksamwerden der Nachfolgeregelung weiterhin vollumfänglich ausüben und einen geordneten Übergang sicherstellen. mw

Freenet DLS baut Führung für Wachstum aus

Sebastian Goebel ist seit dem 1. Februar 2025 Geschäftsführer der Freenet DLS GmbH. Damit solle die organisatorische Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen werden. Hintergrund seien gestiegene Anforderungen im Telekommunikationsmarkt sowie die Übernahme der Mobilezone Deutschland GmbH.

Sebastian Goebel übernimmt die Verantwortung für den Geschäftsbereich Marketing & Vertrieb. Dieser umfasse laut Unternehmen unter anderem die Kernfunktionen Retail, Fachhandel, Indirect Online- sowie Direct Marketing. Darüber hinaus solle er die Integration und Weiterentwicklung der kürzlich akquirierten Mobilezone Deutschland steuern. af



Bild: Freenet



Bild: Snom

Snom erweitert Präsenz in Osteuropa

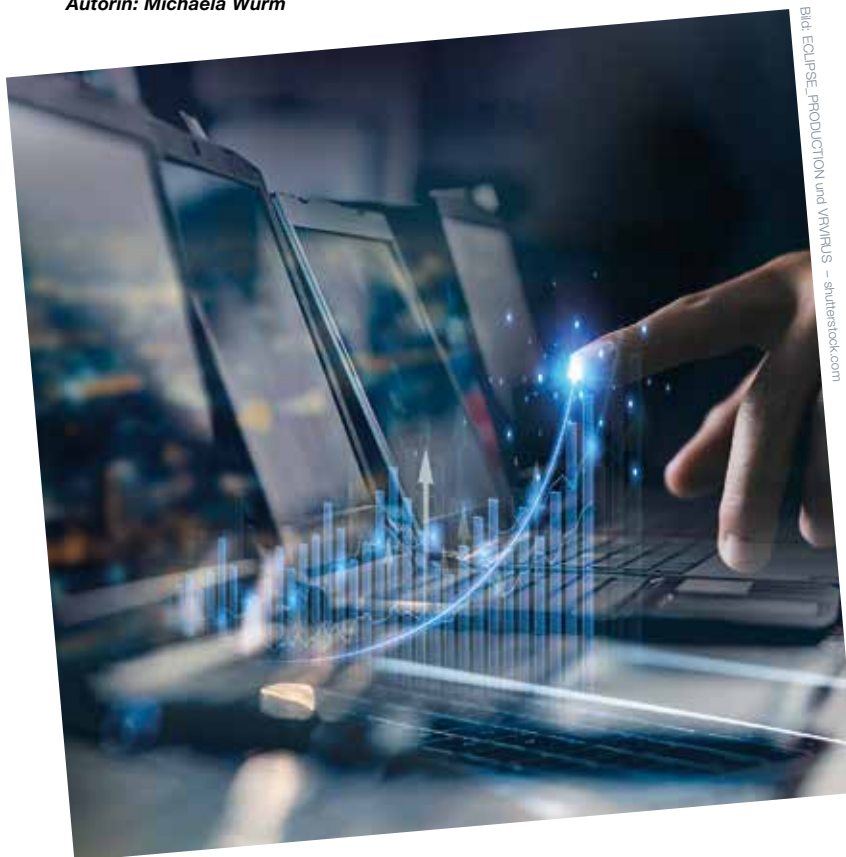
Mit **Dominic Sieger** holt sich Snom Technology einen erfahrenen Channel-Profi an Bord, der bereits seit Anfang Dezember 2025 das Partnernetzwerk in fünf Wachstumsmärkten (Österreich, Ungarn, Bulgarien, Rumänien und Moldau) auf das nächste Level heben soll.

Sieger ist ein Kenner der Distributionslandschaft: Durch seine bisherigen Tätigkeiten bei Distributoren wie Ingram Micro und Komsa verfügt er über die nötige Expertise im lösungsorientierten Channel-Geschäft, um Snoms Premium-Positionierung im Bereich der Geschäftskommunikation weiter voranzutreiben. „Nähe zum Partner“ lautet dabei das Credo der aktuellen Wachstumsstrategie. af

KI-PCs jetzt günstig verfügbar – aber das bleibt nicht so

Aktuell sind die Marktpreise für KI-fähige Notebooks so günstig, dass die Geräte auch für Consumer erschwinglich sind. Doch die Speicher-Engpässe werden die Preise bald wieder steigen lassen, warnen die Marktforscher von Context. Der Handel steht vor einem Dilemma: Wer jetzt viele Geräte verkauft, könnte bei steigenden Preisen auf leeren Lagern sitzen.

Autorin: Michaela Wurm



und Offline-KI-Funktionen umfasst. Diese Veränderung kommt laut Context auch noch zu einem Zeitpunkt, an dem viele Haushalte noch immer auf PCs angewiesen sind, die sie während der Pandemiejahre gekauft haben. Obwohl die Verbraucher immer noch skeptisch seien, sprechen die Vorteile von KI-fähigen Geräten zunehmend dafür, veraltete Hardware zu aktualisieren, so die Analysten.

„Verbraucher zahlen nicht für einen Hype“

„KI-PCs haben im Einzelhandel still und leise eine wichtige Schwelle überschritten“, so Context-Analyst James Bates. „Bei den heutigen Preisen zahlen die Verbraucher nicht für einen Hype. Sie zahlen für Zukunftssicherheit, bessere Leistung und Geräte, die problemlos den nächsten Betriebssystemzyklus überstehen.“

Die Erschwinglichkeit könnte jedoch von kurzer Dauer sein. Context prognostiziert, dass der Preisdruck später im Jahr zurückkehren werde, da sich die Versorgung mit wichtigen Komponenten, insbesondere Speicher, verschärfen werde. Die daraus resultierenden Preissteigerungen dürften sich am stärksten bei Modellen mit höheren Spezifikationen bemerkbar machen und die Kalkulation auch für Einzelhändler verändern.

Handel vor schwieriger Wahl

Einzelhändler, Anbieter und Distributoren müssten entscheiden, wie aggressiv sie das Volumen zu den heutigen Preisen steigern wollen, so die Analysten. Schließlich wüssten sie, dass starke Umsätze jetzt die Verfügbarkeit von Lagerbeständen in einem marginstärkeren, von Lieferengpässen geprägten Markt später im Jahr einschränken könnten.

„Die Einzelhändler stehen praktisch vor der Wahl zwischen Absatzvolumen heute und Margen morgen“, so Bates. „Wenn man die Nachfrage zu stark ankurbelt, läuft man Gefahr, dass die Preise steigen und es zu Engpässen kommt. Wenn man sich zu sehr zurückhält, verschenkt man Umsatz, solange die Erschwinglichkeit noch zu ihren Gunsten wirkt.“

Context geht davon aus, dass im Laufe des Jahres 2026 Werbeaktionen, Finanzierungsoptionen wie „Buy Now Pay Later“ und eine zunehmende Fokussierung auf generalüberholte Geräte zeigen werden, wie die Branche mit dieser Spannung umgeht.

► KI-fähige Notebooks sind jetzt zu Preisen verfügbar, die sie auch für Privatanutzer interessant machen. Für den Handel bedeutet das aktuell gute Geschäftschancen. In der zweiten Jahreshälfte könnte sich das ändern, meinen die Marktforscher von Context.

Ihre Marktanalysen zeigen, dass die durchschnittlichen Einzelhandelspreise für KI-fähige Notebooks in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien im Vergleich zum Vorjahr um 33 Prozent gefallen sind. Dadurch sei diese Produktkategorie jetzt auch für Mainstream-Verbraucher erschwinglich.

Laut dem „TotalMarket Report“ von Context lagen die durchschnittlichen Verkaufspreise für AI-Notebooks mit einer Leistung von mindestens 40 TOPS im vierten Quartal 2025 bei 822 Euro. Bei diesem Preisniveau betrachten Verbraucher KI nicht mehr als Premium-Zusatz, sondern als Teil eines umfassenden Wertkonzepts, das die Kompatibilität mit Windows 11, eine schnellere Verarbeitung, verbesserten Datenschutz

Switch smart

JETZT ZU TAROX WECHSELN UND GEMEINSAM WACHSEN.

- branchenführendes M365-Portal
- Expertenberatung
- komplettes Onboarding



TAROX

Microsoft 365

ZTE

ZTE Server – Verlässliche Preise in einem volatilen Markt

Ihre Vorteile auf einen Blick

- **Planungssicherheit:** Verlässliche Kosten- und Budgetgrundlagen auch bei volatilen Marktbedingungen.
- **Klare Rahmenbedingungen** ermöglichen stabile Entscheidungsprozesse und stärken das Vertrauen in die Zusammenarbeit.
- **Verschlankte Prozesse** und **klare Strukturen** erhöhen die Geschwindigkeit und Qualität im Vertrieb.
- **Langfristige Stabilität** schafft die Basis für eine partnerschaftliche und wirtschaftlich nachhaltige Zusammenarbeit.
- **Projektsicherheit** bei größeren Rollouts: Verlässliche Rahmenbedingungen schaffen Stabilität und geben insbesondere in dynamischen Technologieumfeldern einen klaren Wettbewerbsvorteil.



Maximale Performance & Skalierbarkeit für Rechenzentrum und Cloud

- Dual Intel® Xeon® 4./5. Gen. (bis zu 64 Kerne pro CPU für höchste Rechenleistung)
- 32 DDR5-Slots & bis zu 12 NVMe-SSDs für maximale Geschwindigkeit und Bandbreite
- Bis zu 6× PCIe 5.0 & OCP 3.0 NIC-Unterstützung für flexible Erweiterbarkeit

ZTE Rack Server Barebone R5200 G5
Bestell-Nr. 206707 (R5200 G5)

HEK 1770,32€



Extreme AMD EPYC™ Power für Cloud & Rechenzentrum

- AMD EPYC™ 9004 Serie mit bis zu 256 Kernen / 512 Threads für maximale Multicore-Performance
- 24× DDR5-4800 & bis zu 32 NVMe U.2 SSDs für höchste Speicher- und I/O-Bandbreite
- Bis zu 12× PCIe Gen5 & 4× Dual-Wide GPUs für flexible Erweiterung und starke KI-/HPC-Leistung

ZTE Rack Server Barebone R5350 G5
Bestell-Nr. 206693 (R5350 G5)

HEK 1734,44€

Meet us at CloudFest 2026
23.–26. März 2026 | Europa-Park | Stand D02



**Buchen
Sie Ihren
Termin jetzt!**



dexxIT | micron

NEW IMAGING

PRINTING

SUPPLIES

ELECTRONICS

MOBILE COMPUTING

STORAGE

CONSUMER ELECTRONICS

www.dexxit.de

Bestellung und Beratung unter Tel. 0931 9708 496

dexxIT GmbH & Co. KG | Alfred-Nobel-Str. 6 | 97080 Würzburg. Preis Stand 04.03.2026. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.
Es gelten die Zahlungs- und Lieferbedingungen der dexxIT GmbH & Co. KG



dexxIT
DISTRIBUTION
OHNE UMWEGE



**FÜR DEN DAUERBETRIEB
GEEIGNET**



2x 2.5 GbE



4G/LTE READY



FANLESS



DDR5



2x M.2



8x USB

LAUTLOSE PERFORMANCE TRIFFT AUF MAXIMALE KONNEKTIVITÄT

Hinter jeder reibungslosen Erfahrung steht eine Hardware, die keine Kompromisse macht. Das neue Shuttle XPC Barebone DL40N ist die konsequente Weiterentwicklung unseres Bestsellers DL30N – optimiert für die Anforderungen moderner Self-Service-Applikationen.

Dank der lüfterlosen Kühlung arbeitet das System vollkommen geräuschlos und nahezu wartungsfrei, selbst in staubintensiven Umgebungen. Mit dem energieeffizienten Intel N150 Prozessor und dualen 2,5 GbE LAN liefert das DL40N die nötige Performance und Bandbreite für anspruchsvolle Digital Signage-, Wayfinding- und IoT-Anwendungen.

Kompakt im 1,35-Liter-Format, flexibel durch Triple-Display-Support und bereit für jede Herausforderung – das DL40N ist der unsichtbare Motor Ihres Erfolgs.

Ab sofort bei Ihrem Shuttle Distributor verfügbar.

Jetzt technische Details entdecken unter WWW.SHUTTLE.EU

* Empfohlener HEK bei offiziellen Shuttle Distributoren, zzgl. USt.
Eingebegabte nicht im Lieferumfang enthalten. Änderungen vorbehalten.

ALSO api IN RAMI WAVE WORTMANN AG
IT MADE IN GERMANY



XPC SLIM DL40N

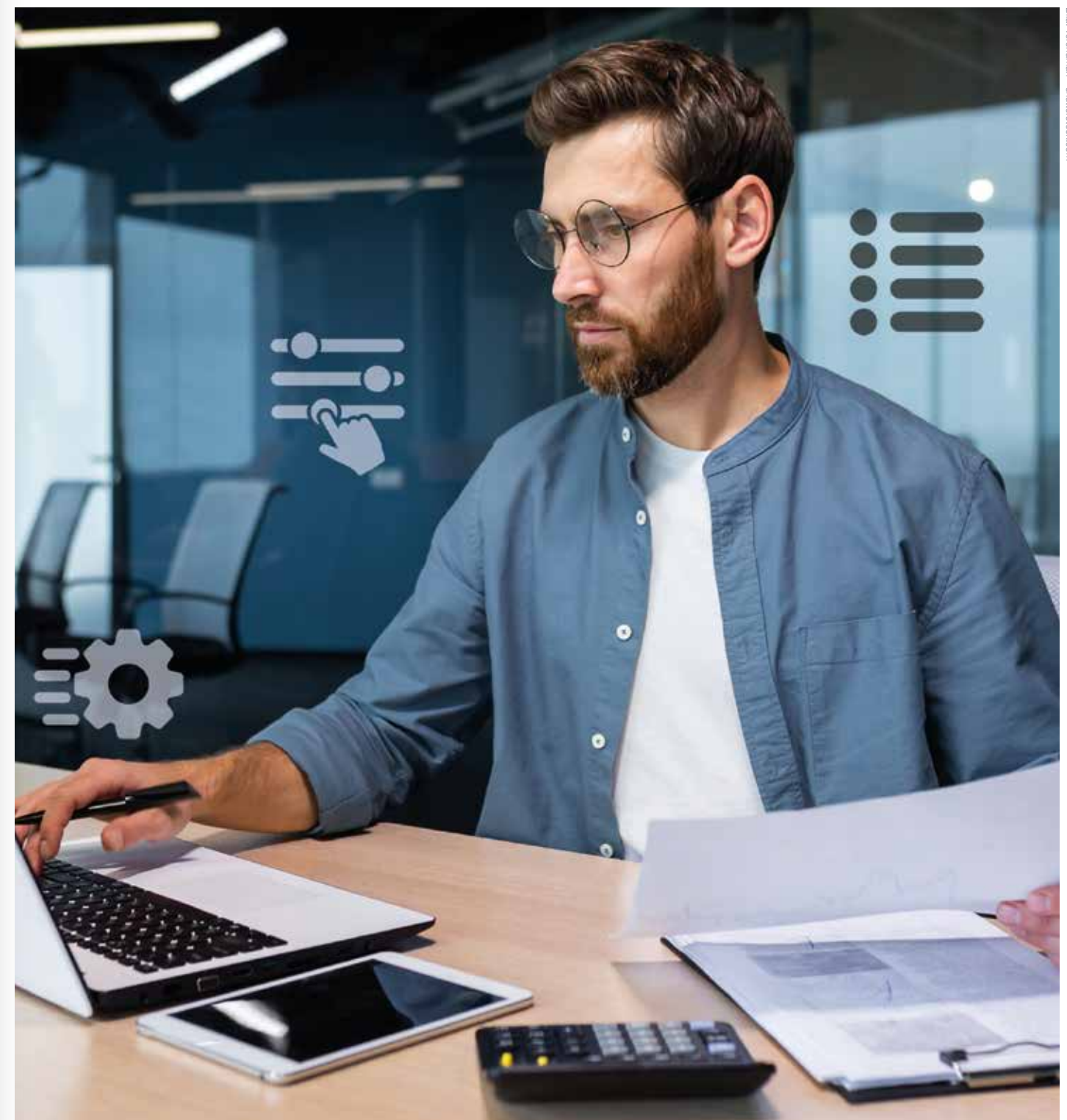
- Maximal vernetzt: 2x Intel 2,5G LAN für ausfallsicheren Datendurchsatz
- Lüfterlose Effizienz: Geräuschloser Betrieb und reduzierte Wartungsintervalle
- Brillante Darstellung: Unterstützt drei unabhängige Displays (HDMI 2.0b, DP 1.4a, VGA)
- Industrie-Ready: 2x COM-Ports (RS232/422/485) für die Anbindung von Peripherie
- Zukunftssicher: M.2-2280 für schnelle NVMe-SSDs und optionales LTE-Modul

€ 201,-*

TIPP: Ihr DL40N – so individuell wie Ihr Projekt! Nutzen Sie unseren Produktkonfigurator und passen Sie Ihr Barebone perfekt an Ihre Anforderungen an.
go.shuttle.eu/6GsEe



Shuttle



Netzwerkzubehör/RZ-Ausstattung



NEFTEC
Zeisigweg 31, 50829 Köln, Fred Tegtmeier
Telefon: +49 221 88 88 8-765 F: -764
E-Mail: info@neftec.de
Homepage: www.neftec.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@dätwyler.com
Homepage: www.ITinfra.dätwyler.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.

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.



AUDIO ■ VIDEO ■ BROADCAST ■ MULTIMEDIA ■ HIFI

Sommer cable GmbH

Humboldtstraße 32 – 36, 75334 Straubenhardt
Telefon: 07082/49133-0
E-Mail: info@sommercable.com
Homepage: www.sommercable.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 Gerätelogistik, 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 macht Telekommunikation hörbar. 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.**

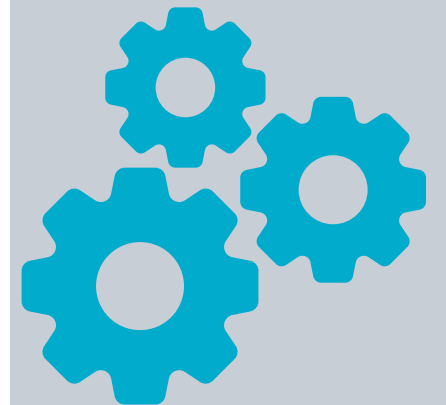


Auch Ihre Anzeige könnte hier stehen!

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

Ausgabe 04/2026

Erscheinungstermin:
24. April 2026
Anzeigenschluss:
02. April 2026



Kontakt:

CHRISTINA GOTTWALD,
Sales Manager
christina.gottwald@fivemonkeys.group

connect-professional.de



Vorschau

04/26 24. April 2026

Security



KI-Modelle sind fester Bestandteil moderner IT und ein attraktives Ziel für Angreifer. Warum Prompt Injection, Data Leakage und Shadow AI reale Risiken sind, weshalb klassische Security versagt und was Unternehmen jetzt tun müssen.

Connectivity und KI

6G wird von Grund auf KI-nativ gedacht. Offene, standardisierte Schnittstellen ermöglichen es, KI-Features und -Dienste von Dritt-anbietern tief in Funk- und Core-Netze zu integrieren. Der Beitrag zeigt, warum Interoperabilität, O-RAN und Datenschutz entscheidend für den Mobilfunk der Zukunft sind.

Internet-Zufriedenheitsumfrage

Wie stabil läuft das Internet im Unternehmensalltag? Wie schnell werden Störungen behoben? Und welche Rolle spielen Service-App und digitale Kontaktpunkte inzwischen im B2B-Segment? Für das Kundenbarometer Internet B2B 2026 haben wir knapp 1.300 Geschäftskunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu ihren Erfahrungen mit ihrem Internetanbieter befragt.

Produkttest

connect professional hat Eset Protect Entry getestet. Die zentral verwaltete Sicherheitslösung richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen sowie verteilte IT-Umgebungen, die Endpoints, Server und mobile Geräte über eine einheitliche Konsole absichern und steuern möchten.



Spezial Education

Generative KI hält Einzug ins Klassenzimmer – und verändert damit weltweit Lernprozesse. Der „Digital Education Outlook 2026“ der OECD zeigt, wie Chatbots und KI-Tools zunehmend in Unterricht und Lernunterstützung integriert werden. Gleichzeitig warnen die Autor:innen vor einem trügerischen Gefühl von Kompetenz: Wenn KI Aufgaben übernimmt, kann oberflächliches Lernen echte Fähigkeiten ersetzen. Der Report beleuchtet Chancen und Risiken der neuen Technologien und macht deutlich, dass Bildungssysteme vor grundlegenden Veränderungen stehen. Entscheidend wird sein, wie Schulen und Hochschulen KI didaktisch sinnvoll einsetzen – und welche digitalen Kompetenzen Lernende künftig wirklich brauchen.

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

Anschrift:
Redaktion connect professional, Five Monkeys Tech GmbH,
Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar
E-Mail: connectprofessional@fivemonkeys.group
Mitarbeiter der Ausgabe:
Hannes Rügheimer, Thomas Birkner, Christoph Lange
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: support@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

AGFEO GmbH & Co. KG.....	18, 19
bluechip Computer AG.....	31
dexxIT GmbH & Co. KG.....	60, 61
Fsas Technologies GmbH.....	15
Lexmark Deutschland GmbH.....	34, 35
noris network AG.....	13
Shuttle Computer Handels GmbH.....	62
TAROX AG.....	24, 25, 59
Western Digital Deutschland GmbH.....	Titelflappe
WORTMANN AG.....	39
Five Monkeys Tech GmbH.....	2, 7,41, 68

connect professional digital

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-v1.connect-professional.de/anbieterkompass/>

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/>

Mediadaten Digital 2026

➔ bit.ly/4rqMoW

Für weitere Informationen und Angebote erreichen Sie uns telefonisch unter 0152 5522 9010.

.....

 **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.

Diese Speaker berichten aus der Praxis

Christardt Berger, Senior Enterprise Account Executive DACH, Bitdefender GmbH, erklärt wie Pre-Execution-Security Bedrohungen erkennt und stoppt, bevor sie Schaden anrichten. Im Fokus stehen präventive Schutzmechanismen, die Angriffe bereits vor der Ausführung blockieren.

Maik Wetzel, Strategic Business Development Lead, ESET Deutschland GmbH, beleuchtet die hybride Bedrohungslage, zeigt Angriffstrends und Pflichten aus NIS2 und CRA und diskutiert, wie digitale Souveränität gewahrt bleiben kann. Mit praxisnahen Empfehlungen zu Produkt- und Dienstleisterwahl, Zero-Trust-Architekturen und technischen Schutzmaßnahmen.

Eike Vomberg, Produktleiter für Central Europe OVHcloud, zeigt auf, wie deutsche Unternehmen ihre digitale Souveränität in der Cloud zurückgewinnen können. Er analysiert die Entwicklungen der europäischen Cloud-Landschaft und beleuchtet die Chancen und Herausforderungen, denen europäische Unternehmen gegenüberstehen.

Zielgruppe

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



Teilnehmer

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.

Bitdefender
Global Leader
In Cybersecurity

eset
Cybersecurity
Progress. Protected.

OVHcloud

connect
professional

SPEICHERLÖSUNGEN FÜR DIE CLOUD

Skalierbarkeit für die Cloud

Ob Hyperscaler oder Cloud-Anbieter – die Festplatten und Speicherplattformen der Enterprise-Klasse von Western Digital helfen dabei, das meiste aus Ihren Daten herauszuholen und die Gesamtbetriebskosten niedrig zu halten.

Erreichen Sie Ihre Ziele

Eine optimale Speicherarchitektur sollte auf individuellen Anwendungsfälle und Arbeitslasten zugeschnitten sein.

Weitere Produktinformationen finden Sie unter westerndigital.com

Ultrastar® DC HC690 Data Center HDD



- Weltweit erste kommerzielle HDD mit 11 Speicherplatten
- Unübertroffene Kapazität von bis zu 32 TB
- Höhere Speicherdichte bei gleichem Formfaktor
- Bewährte Zuverlässigkeit dank erprobter Hardware- und Firmwaredesigns
- Geeignet für bis zu 550 TB/Jahr Arbeitslast und 2,5 M Stunden MTBF

Ultrastar® Data60 60-Bay Hybrid Storage Platform



- Fasst bis zu 60 Ultrastar HDDs (SAS oder SATA)
- Bis zu 1.68 PB Rohkapazität in 4U
- Dual-Port SAS für hohe Verfügbarkeit oder Single-Port SATA für niedrige Kosten
- Unternehmensgerechte redundante und Hot-Swap-fähige Netzteile, E/A-Module und Lüfter
- 5 Jahre beschränkte Garantie



©2026 Western Digital Corporation und Tochterunternehmen. Alle Rechte vorbehalten.
Western Digital, das Western Digital Design, das Western Digital Logo, ArmorCache, HelioSeal, iNAND, OptiNAND, ArcticFlow, HelioSeal, IsoVibe, RapidFlex und Ultrastar sind eingetragene Marken oder Marken der Western Digital Corporation oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Produktspezifikationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die gezeigten Bilder können von den tatsächlichen Produkten abweichen.