

«Früher war es einfacher, neue Produkte mit Potential zu finden»

Swiss IT Reseller: Herr Boll, KMU stehen gemäss Einschätzungen vieler Hersteller heute genauso im Fokus von Angreifern und müssen sich gegen dieselben Gefahren wie grosse Firmen rüsten, haben aber oft nicht das nötige Budget oder die Manpower dafür. Der Fachhandel sei darum eines der Schlüsselemente, meinen sie. Teilen Sie diese Ansicht?

Thomas Boll, CEO, Boll Engineering: Ja, ich glaube das ist so. Wenn das Budget begrenzt ist, dann stellt sich die Frage, was man unbedingt braucht und was nicht. Dabei greift man gerade in KMU sehr häufig und sehr gerne auf die Empfehlungen des Fachhandels zurück. Wichtig ist aber, dass man trotz begrenzten Budgets mindestens so viel Sicherheit implementiert, dass der Betrieb gewährleistet ist, denn auch bei KMU läuft ohne IT praktisch nichts mehr.

Wie unterstützen Sie als Distributor den Fachhandel, damit er seine Kunden optimal beraten kann und diese letztlich eine höchstmögliche Sicherheit erhalten?

Durch unseren Pre-Sales- und Post-Sales-Support. Wir beraten unsere Reseller vor dem Verkauf zum Beispiel dahingehend, welche Lösungen zusammen passen und wie das Sizing aussehen sollte. Nach dem Verkauf stehen wir unseren Kunden dann unter anderem während der Implementation zur Seite. Und natürlich unterstützen wir den Fachhandel auch durch unsere Trainings Center in Wettingen und in Lausanne, in denen wir ausbilden und unser Know-how teilen und weiter geben. Alleine hier in Wettingen absolvieren pro Jahr 400 bis 500 Ingenieure Schulungen.

Lohnen sich diese Investitionen?

Je nach Projekt geht es einfach nicht anders. Man muss das Produkt kennen, das man verkauft und implementiert. Auf der anderen Seite gibt es natürlich auch Anreize der Hersteller, die in ihren Partnerprogrammen gewisse Anforderungen stellen.

Wie viele Partner verdienen ihr Geld heute überhaupt noch mit der klassischen Integration von Sicherheitslösungen? Sind im Cloud-Zeitalter nicht viel mehr Service-Dienstleister gefragt?

Wir sehen, dass Partner, die zum Beispiel auch klassischen PC-Support bieten, heute zum Teil weniger Aufträge haben, weil ihre Kunden Teile ihrer IT nicht mehr im Haus haben. Wir stellen ausserdem natürlich auch fest, dass einige Partner mittlerweile eigene, kleine Clouds für ihre Kunden bauen. Damit sind aber grosse Investitionen verbunden. Ein Reseller überlegt sich darum schon zwei Mal, ob er nicht lieber in seinem angestammten Geschäft bleibt und versucht, dort mehr Kunden zu gewinnen. Welcher Weg der richtige ist, das hängt letztendlich vom Reseller selbst ab.

Man kann als klassischer IT-Security-Reseller also noch gut Geld verdienen und muss nicht zwingend sein Geschäftsmodell ändern?

Nein, ich glaube das muss man nicht zwingend. Aber es ist für den Partner heute schon schwierig, wenn er nur vom Warenhandel leben will. Das ist fast nicht mehr möglich, weil der Druck auf die Margen und die Preise sehr hoch ist. Der Reseller muss also Dienstleistungen mit verkaufen. Aber Sicherheit ist heute sehr komplex und die Produkte sehr beratungsintensiv, es geht darum eigentlich gar nicht mehr ohne und der Service-Gedanke spielt automatisch mit.

Der reine Verkauf von Antiviren-Lösungen ist dementsprechend kein Geschäft mehr?

Das kommt ganz auf die Dimensionen und die Lösung an. Wenn es sich dabei um eine managede Lösung handelt, die auf 1000 Rechnern ausrollt, einrichtet und gewartet werden muss, dann ist das alles andere als trivial. Manchmal ist die Beratung im Netzwerk komplexer und das Antivirenprogramm verkauft man einfach dazu. Das Wichtigste ist aber, dass wir auf allen Stufen, auch der Distribution, das Know-how mitnehmen und weiter geben.



«Es macht nicht viel Sinn heute dies und morgen das zu verkaufen und auch nicht, fünf verschiedene Firewalls zu vertreiben.»

Thomas Boll, CEO, Boll Engineering

Was braucht es, um Security-Lösungen heute überhaupt noch an den Mann zu bringen? Jeder hat doch schon ein Produkt im Einsatz.

Das Angebot im Security-Bereich ist tatsächlich sehr gross. Es gibt gewisse Produkte, die unbestritten sind, wie eine Firewall oder eine Antiviren-Lösung. Obwohl man von gewissen Seiten hört, dass letztere auch nicht mehr so viel nützt wie auch schon. Daneben gibt es sehr viele weitere Produkte, und der Fachhandel und wir müssen dem Kunden täglich beweisen, dass er auch die braucht.

Wie wähle ich als Reseller vor lauter Lösungen den richtigen Hersteller?

Für den Partner ist die Herstellerwahl in der Regel ein strategischer Entscheid. Es macht nicht sehr viel Sinn, heute dies und morgen

das zu verkaufen und auch nicht, fünf verschiedene Firewalls zu vertreiben. Darum ist der Markt auch nicht so volatil, wie man vielleicht denkt und

Herstelleraktionen wie kurzfristige Vergünstigungen kommen nur selten an. Und wenn ein neues Produkt kommt, dann kann es nicht einfach ein anderes wegspülen. Es ist – und das weiss ich aus eigener Erfahrung – ein langer Prozess, einen Reseller zu überzeugen, dass man in einem bestimmten Bereich für ihn ein viel besseres Produkt hat. Da muss es schon viele gute Gründe geben. Am ehesten wechseln wird der Reseller, wenn sein Kunde das möchte.

Was will der Endkunde? Lieber Produkte von mehreren, spezialisierten Herstellern oder alles aus einer Hand?

Grundsätzlich gibt es eine Plattformkonsolidierung. Bestes Beispiel dafür sind UTM-Lösungen, wo man alle Services, die früher vielfach auf einzelnen Geräten waren, auf eine Firewall-Plattform transferiert hat. Diese Art von Konsolidierung will der Kunde, also nicht 15 verschiedene Lösungen, um das Problem Security zu lösen. Zumindest bei kleineren Unternehmen ist das so. Und auch die Hersteller versuchen heute, ein möglichst breites Angebot aufzubauen und quasi alle Bedürfnisse des Kunden abzudecken. Andererseits ist es aber so, dass nicht jeder Hersteller in jeder Disziplin der Beste ist. Damit kommt beim Endkunden in der Regel dann

trotzdem ein gewisser Mix von Lösungen an. In diesem Zwiespalt stecken wir momentan.

Wo liegen die Vorteile, wenn man nur auf einen Hersteller setzt?

Wenn Endpoint-, Cloud/Datacenter- und Perimeter-Sicherheit vom selben Hersteller stammen, kann man Synergien nutzen, und eine solche Tendenz ist feststellbar. Man kann beispielsweise Informationen, die man am Endpoint sammelt, dazu nutzen, um ein Problem bereits am Perimeter zu lösen. Ein anderer Ansatz ist das Management. Wenn man eine Plattform hat, mit der man gleichzeitig mehrere Lösungen verwalten kann, also beispielsweise die Clients mit der Firewall, dann ist das sicher auch ein Vorteil.

Inwiefern sind solche Lösungen für den Fachhändler attraktiv?

Der Reseller bekommt damit einen interessanten Baukasten. Es ist deutlich einfacher, einem Kunden auch noch ein Secure Wi-Fi zu verkaufen, wenn er bereits einen Controller dafür in seiner Firewall hat. So kann der Händler sein Geschäft Schritt für Schritt ausbauen und mit demselben Know-how und derselben Produktphilosophie eine breitere Wirkung erzielen.

Muss ich mich als Fachhändler also neu orientieren, also zum Beispiel neben dem Thema Endpoint künftig auch noch die Netzwerk-Sicherheit beherrschen?

Die beiden Welten rücken sicher zusammen, das ist so. Reseller, die eher von der Netzwerkeite kommen, haben aber eine gewisse Hemmung, den Endpoint anzufassen. Es ist klassisch gesehen einfacher ein Problem an einem Punkt, also dem Perimeter, anzupacken, als auf jedem PC. Umgekehrt glaube ich, dass die Partner, die aus dem Endpoint-Bereich kommen, eher die Tendenz haben, ihr Geschäft im Bereich Netzwerk-Security auszubauen.

Wo sehen Sie noch Geschäftspotential für sich und Ihre Partner?

Grundsätzlich ist es nicht so einfach, neue Produkte zu finden, hinter denen auch ein vernünftiger Markt steht. Wenn ein Produkt sehr interessant, aber zu exotisch ist, dann findet man kaum Kunden. Und wenn es ein Standardprodukt ist, dann ist die Verbreitung meistens schon gross. Ob Firewall oder Antiviren-Lösung: Wir bewegen uns heute in einem Verdrängungsmarkt. Es ist selten, dass man zu einem Kunden kommt, und der etwas noch nicht hat. Wir sind permanent am Scannen des Marktes und

«Der Channel ist relativ langsam. Es braucht in der Regel etwa ein Jahr, bis er anläuft. Ein Produkt muss also ein paar Jahre lang interessant sein.»

schauen uns unzählige Produkte an. Nur selten nehmen wir aber ein neues auf, weil auch wir wie der Fachhandel eine Langzeitperspektive verfolgen. Es nützt nichts, jetzt eine Lösung zu vertreiben, die dann schon in ein paar Monaten nicht mehr interessant ist. Hinzu kommt, dass der Channel relativ langsam ist. Es braucht in der Regel etwa ein Jahr, bis er anläuft. Ein Produkt muss also ein paar Jahre lang interessant sein. Im Moment starten wir mit Wallix gerade mit einem neuen Hersteller und einem neuen Produkt. Es geht dabei um die Kontrolle von privilegierten Benutzern, wo wir einen Markt und Potential sehen.

Was erhoffen Sie sich durch das vielgepriesene Internet der Dinge?

Grundsätzlich ist das Internet der Dinge ja das selbe Internet, das wir schon haben. Aber es gibt natürlich schon neue Anwendungen. Wir haben zum Beispiel einen neuen Access Point im Portfolio, der auch mit Türzylindern kommuniziert. Zudem sehen wir im Scada-Bereich, also dem Überwachen und Steuern technischer Prozesse mittels Informatik, noch Potential. So hatten wir erst kürzlich einen Fall, wo eine Firewall aufgrund von speziellen Protokollen die Informationen einer Maschinensteuerung gar nicht filtern konnte.

Wie muss sich der Channel aufstellen, um von diesen Trends profitieren zu können?

Ich bin seit den 80er-Jahren dabei und weiss, dass man sich in der Branche permanent anpassen muss. Wichtig ist, dass man Chancen früh genug erkennt und auch mal etwas Neues wagt. Und man sollte dabei auch über den Security-Tellerrand hinaus schauen.

BOLL ENGINEERING

Der 1988 von Thomas Boll gegründete Value-Add-Distributor Boll Engineering zählt zu den bekanntesten Adressen im Schweizer Channel-Business. Spezialisiert hat man sich auf IT-Security-Lösungen und rund 80 bis 85 Prozent des aktuellen Umsatzes, der laut Boll jährlich um 20 bis 30 Prozentpunkte wächst, wird mit entsprechenden Produkten erwirtschaftet.

Das Portfolio von Boll Engineering wächst stetig und umfasst heute Lösungen von 15 Herstellern, wobei diese Zahl ungefähr stabil ist. Zu den wichtigsten Herstellern gehören bekannte Marken aus dem Firewalling-Bereich, in dem man gross geworden ist, wie zum Beispiel Fortinet und Palo Alto Networks, aber auch Kaspersky.

Insgesamt zählt der VAD mit Hauptsitz in Wettingen und einer Niederlassung in der Westschweiz momentan 600 bis 700 aktive Reseller, also Fachhändler, die mindestens einmal pro Jahr einkaufen und von mittlerweile 35 Mitarbeitenden betreut werden. Boll weiss also bestens, wo im Channel der Schuh drückt und wie man mit IT-Security-Lösungen in der Schweiz heute Geld verdient.



Großes Glück – mit jedem Typ!

Dick oder dünn? Er nimmt sie alle!

Gigolo Max stand immer wieder vor der selben Herausforderung: Dick oder Dünn? Groß oder Klein? Hell oder dunkel? Rot oder Schwarz? Mit Falten oder ohne? Auf der Internetseite www.scanloesungen.de entdeckte er die Lösung für seine Probleme: Kodak alaris Dokumentenscanner mit „Perfect Page“-Technologie.

Jetzt kann er unterschiedlichste Dokumente problemlos in einem Scanvorgang digitalisieren und erhält stets ein perfektes Ergebnis. So hat Max endlich wieder mehr Zeit für die Damenwelt. Ka



Das Papierwunder: Kodak i1190 Scanner

- ▶ Scant alle Papierarten und -stärken mit bis zu 40 Blatt pro Minute
- ▶ Integrierte Barcode-Lese-funktion
- ▶ Herausragende Bildqualität dank Perfect Page
- ▶ empf. HEK nur CHF 594,-

Professionelle Scanlösungen für alle Anforderungen

Jetzt bestellen bei

IN-CRAM

spigraph
network

ALLTRON

www.scanloesungen.de

Kodak alaris