

ChannelPartner

VON IDG

**Netzwerke
vor
unbefugtem
Zugriff
schützen**



CYBER SECURITY

Außerdem:

- ▶ Die feierliche Verleihung der Channel Excellence Awards S. 26
- ▶ Die Channel-Champions unter den Herstellern und Distributoren S. 32

ISSN 1864-1202

Postvertriebsstück
IDG Business Media GmbH, Lyonel-Feiningger-Straße 26, 80807 München
B-13743
Entgelt bezahlt

Systemhäuser erweitern ihr Managed-Service-Geschäft

Peter Schröder, Geschäftsführer des Systemhauses Elanity, zeigte auf dem letztjährigen Systemhauskongress „Chancen 2017“, wie er sein Managed-Service-Geschäft erweitern konnte. Eines seiner Erfolgsrezepte und sein Wunsch: „Dass wir Systemhäuser uns viel mehr ergänzen, anstatt uns nachzuahmen.“

Text: Regina Böckle, Fotos: Elanity

Der Erfahrungsaustausch unter Systemhäusern und die Chance, sich untereinander zu vernetzen, waren die zentralen Anliegen des letztjährigen Systemhauskongresses „Chancen 2017“ in Düsseldorf. Peter Schröder, Geschäftsführer des Systemhauses Elanity Network Partner GmbH, war dort einer der Best-Practice-Referenten, die einen wesentlichen Beitrag dazu geleistet haben, beide Anforderungen der Teilnehmer zu erfüllen.

Schröder hat auf dem Systemhauskongress nicht nur dargelegt, wie er sein Geschäftsmodell im Bereich Managed-Security-Services erfolgreich erweitert hat, sondern leistete darüber hinaus einen Beitrag zur Vernetzung der Systemhäuser in Düsseldorf.

Sein Wunsch, dass Systemhäuser sich viel mehr ergänzen statt sich nachzuahmen, ging zumindest auf dem Kongress in Erfüllung. Dem Credo von Schröder: „Was einer gut kann, muss der andere nicht nachbauen und mittelmäßig anbieten“, konnten sich viele Systemhausvertreter in Düsseldorf anschließen. Es gab konstruktive Gespräche zur künftigen Zusammenarbeit.

Elanity setzt auf Kooperation

Das Systemhaus Elanity hat sich auf softwarebasierte IT-Infrastruktur spezialisiert und bietet seinen Kunden sowohl private als auch hybride Cloud-Lösungen an, die überwiegend auf Microsoft-Produkten aufbauen. Für kleinere Kunden, bei denen mangels eigener IT-Administratoren der Geschäftsführer oder das Controlling die

IT mit betreut, übernimmt Elanity die Komplettbetreuung der IT mit Serviceverträgen. Größere Kunden mit intern gesteuerter IT unterstützt das Unternehmen in Projekten mit anschließenden regelmäßigen Services.

„Unsere Zielgruppe sind Kunden mit rund 2.500 PC-Arbeitsplätzen – darüber wird es dann oft politisch, und der pragmatische Ansatz geht verloren“, führt Schröder aus.

Regional ist Elanity in Norddeutschland tätig, über Empfehlungen aber auch immer wieder einmal darüber hinaus im deutschsprachigen Raum.

Ziel: Ausbau der Managed Services

Auf der Suche nach Erweiterungen für das eigene Managed-Services-Angebot ging Elanity im ersten Schritt ganz pragmatisch vor: „Wir haben mit unseren Kunden gesprochen, um zu erfahren, wo ihre größten Herausforderungen liegen“, berichtet Schröder. Das Ergebnis: Gerade das Patch-Management für Nicht-Microsoft-Produkte ist für Unternehmen aller Größen ein Problem – für die Kleineren aber noch weniger in den Griff zu bekommen als für die Großen.

Anwender haben mehr Softwareprodukte im Einsatz, als sie glauben. Damit verbunden sind erstaunlich viele Sicherheitslücken durch nicht eingespielte Patches – und viele Fragen, die damit einhergehen: Welche Patches sind sicherheitsrelevant? Welche nicht? Wie bekomme ich sie auf meine PCs und Server? „Nahezu jede

„Ich freue mich auf jedes partnerschaftliche Gespräch. Über jeden, der mit einem guten Angebot mein Portfolio ergänzen kann – und jeden, der sein Portfolio mit meinen Lösungen ergänzen möchte.“

Peter Schröder

Geschäftsführer, Elanity Network Partner



Organisation muss sich mit diesen Fragen befassen und eine effektive, intelligente Lösung für das Schwachstellen-Management einsetzen“, erklärt Schröder.

Nach dieser Analyse war für das Systemhaus der Ansatz für die Erweiterung der Managed Services gefunden. Im zweiten Schritt evaluierte man, welche Produkte und Hersteller sich eignen, um Kunden bei der Bewältigung dieser Probleme zu helfen und gleichzeitig auch für das Systemhaus ein passendes Partnermodell mit dem gewünschten Support bereitzustellen.

Im Ergebnis entschied sich Elanity für Flexera: „Wir haben die Software von Flexera – vormals Secunia – evaluiert und dabei gute Unterstützung vom Hersteller erhalten. Mit einigen Kunden war schon vorgeklärt, dass sie für Tests gerne zur Verfügung stehen, so dass wir auch reelle Praxistests durchführen konnten“, schildert Schröder die nächsten Schritte.

Einstiegshürden meistern

Während der Pilotphase traten auch einige Herausforderungen zutage: Da das Inventar der PCs an einen Server übertragen wird, legten Kunden großen Wert darauf, dass ihre Daten in Deutschland bleiben. „Das führte dazu, dass wir von Anfang an auf eine Installation bei uns setzen mussten, was wir sonst erst nach einer Startphase aus dem Secunia-Rechenzentrum geplant hatten“, beschreibt Schröder die Folgen.

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus der Testphase betraf den Vertriebsprozess im Systemhaus selbst: „Wir könnten deutlich mehr Kunden haben, wenn wir den Online-Vertrieb besser hinbekommen würden. Nahezu jeder Kunde hat die Notwendigkeit.“

Als weitere Herausforderungen für das Unternehmen entpuppten sich die Abrechnungsmodelle und die Implementierung: „Sie waren anfangs für uns etwas schwer zu greifen. Es war uns nicht direkt klar: Was akzeptieren Kunden? Was nicht?“, schildert Schröder das Problem und skizziert die Herangehensweise, mit denen Elanity diese Herausforderung in den Griff bekam: „Wir haben kurze Implementierungsphasen und diese zu Fixpreisen angeboten. Teilweise wurde dies auch in die laufenden Kosten umgelegt, wenn der Kunde eine Mindestlaufzeit abgeschlossen hat.“

Bewährt habe sich auch die Herangehensweise, im ersten Schritt mit Teststellungen an Kunden heranzugehen: „Das heißt: Wir installieren kostenfrei, der Kunde testet. Danach entscheidet er, welchen Weg er gehen möchte. Er hat eine monatliche Kündigungsmöglichkeit und keinen Einmal-Invest“, so der Elanity-Manager.

Marge über die Masse

Die prozentuale Marge für den einzelnen Managed-Service-Dienst ist zwar an sich ganz passabel, richtig verdient wird aber effektiv über den Skalierungseffekt.

„Der Verdienst liegt in der Masse“, bringt es Schröder auf den Punkt. Hinzu kommen jedoch auch nachgelagerte Dienstleistungen: So wünschen manche Kunden, dass Elanity bestimmte Aufgaben stärker übernimmt. Dazu zählen beispielsweise die Erstellung von Reports und das Patch-Management nach individuellen Vorgaben. Obendrein ergeben sich aus den Managed-Security-Services häufig auch angrenzende Projekte, zum Beispiel in den Bereichen Microsoft System Center, Automatisierung und Private-Cloud-Aufträge. ■