



Was war, was wird

Value Added Reseller in der Schweiz blicken auf ein erfolgreiches, aber herausforderndes Jahr zurück. Für die nahe Zukunft sind sie zuversichtlich und planen, im nächsten Jahr ihren Kurs weitgehend beizubehalten.

Text: Luca Cannellotto

Das Ende des Kalenderjahres im Dezember markiert für viele Unternehmen auch den Abschluss des jeweiligen Geschäftsjahres. Die richtige Gelegenheit also, um die zurückliegende Periode Revue passieren zu lassen und sich auf die kommende einzustimmen. «Swiss IT Reseller» hat zu diesem Anlass Value Added Reseller in der Schweiz gebeten, ihre Erfahrungen der letzten zwölf Monate zu dokumentieren sowie einen Blick in die unmittelbare Zukunft zu werfen und Ziele und Wünsche zu formulieren. Zwölf Unternehmen sind dem Ruf gefolgt und präsentieren ihre Ergebnisse auf den folgenden Seiten im Detail.

Zieht man aus den eingegangenen Antworten Bilanz, so zeigt sich ein recht homogenes Bild.

Die Quintessenz ist, dass das Jahr 2017 für die VAR grundsätzlich erfolgreich verlaufen ist, aber auch, dass es ein sehr herausforderndes Jahr war. So haben die meisten der befragten Unternehmen eigenen Angaben zufolge ihre Ziele ganz oder zumindest teilweise erreicht, während einige sie gar übertreffen konnten. Gleichzeitig haben mehrere Unternehmen 2017 auch eine anspruchsvolle organisatorische sowie strategische Wandlung durchlaufen. Diese Veränderungen gilt es nun im kommenden Jahr abzuschliessen oder weiter voranzutreiben. Relevante Themen waren in diesem Zusammenhang der Ausbau des Tätigkeitsfeldes oder des Produktportfolios, aber auch ganz allgemein die Effizienzsteigerung und die Senkung der Kosten. Auffallend ist darüber hinaus, dass mehre-

re Unternehmen die stärkere Fokussierung auf die Bedürfnisse der Kunden als wichtiges Ziel für das laufende Jahr nennen, die unter anderem durch eine bessere Schulung der Mitarbeiter sowie durch die Konsolidierung des Dienstleistungsangebotes umgesetzt wurde.

Zwei Unternehmen sprechen derweil die hohe Arbeitsbelastung an, die im vergangenen Jahr angefallen ist. Sie sehen die hauptsächlichen Treiber dahinter in den sich rasch wandelnden und teils unklaren Bedürfnissen der Kunden. Als grosse Herausforderung wurde nicht zuletzt auch die Rekrutierung geeigneter Spezialisten wahrgenommen. Den in der Branche herrschenden Fachkräftemangel sehen mehrere der befragten Unternehmen als Hürde für eine positive Entwicklung des Geschäftes.

Was die Umsatzentwicklung betrifft, so stehen die Value Added Reseller nach eigenen Angaben gut da. Die meisten gehen davon aus, den Umsatz des Vorjahres zu erreichen oder gar zu übertreffen, vereinzelt sogar deutlich. Nur ein Unternehmen geht für das laufende Jahr aufgrund seiner strategischen Neuausrichtung von einem vorhersehbareren Umsatzrückgang aus.

Es geht höher, schneller, weiter

Die positive Einschätzung des noch laufenden Jahres überträgt sich auch auf die Pläne und Ziele für das kommende Jahr. Alle befragten Unternehmen gehen davon aus, dass die Trendkurve weiter nach oben zeigen wird. Das lässt sich zum einen an den Zielsetzungen für das Jahr 2018 ablesen sowie am projizierten Zuwachs der Umsätze. Dennoch ist der Tenor, dass auch das nächste Jahr sehr herausfordernd wird.

Als Problemfelder werden etwa der steigende Margen- und Konkurrenzdruck genannt, den Unternehmen offenbar vermehrt spüren. Ausserdem erweist sich der Verkauf von Hardware und Software gemäss mehreren Kommentatoren als immer weniger lukrativ. Die Digitalisierung und der damit verbundene Trend hin zu Cloud-Lösungen beziehungsweise hin zu As-a-Service-Modellen erachten die meisten Befragten deshalb als zentral für die strategische Ausrichtung ihres Unternehmens. Weiterhin angespannt bleibt die Lage im Bereich der Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter. Fast alle Befragten sorgen sich um das Fehlen geeigneter Fachkräfte, um das Wachstum des Unternehmens voranzutreiben.

Diese Entwicklungen haben einen direkten Einfluss auf die Zielsetzungen der Value Added Reseller für das kommende Jahr. Dieses steht im Zeichen der Nähe zu den Kunden und deren Bedürfnissen. Durch den Druck, den die Kunden der Reseller im eigenen Branchenumfeld wahr-

nehmen, müssten diese flexibler werden, seien dadurch anspruchsvoller und erwarteten von den IT-Partnern hohe Kompetenzen im Bereich der Produkte und der digitalen Transformation, was wiederum die Bereitstellung geeigneter und breit gefächerter Beratungsdienstleistungen in den Vordergrund rückt. Der Weg hin zur Cloud und zu umfassenden Managed Services bedeutet daher für die Value Added Reseller auch, neue Kompetenzen aufzubauen oder alte weiter zu entwickeln, was wiederum Investitionen nach sich zieht, vor allem im Bereich der Aus- und Weiterbildung bestehender Mitarbeiter oder durch die Rekru-

Alle befragten Unternehmen gehen davon aus, dass die Trendkurve weiter nach oben zeigen wird.

tierung zusätzlicher Spezialisten, wie etliche der befragten Unternehmen zu Protokoll geben. Parallel dazu nennen mehrere als Folge der dargelegten Entwicklungen die Bereiche Security sowie Compliance als wichtige Fokus-Themen für das nächste Jahr. Aber auch einen Ausbau der Marketing-Aktivitäten fassen zumindest zwei Unternehmen ins Auge.

Abschliessend lässt sich sagen, dass der Ausblick auf das Jahr 2018 den Entwicklungen des aktuellen Jahres folgt. Keines der befragten Unternehmen sieht am Horizont radikale Einschnitte oder Veränderungen auftauchen, vielmehr geht man davon aus, dass sich der Markt weiterhin in die eingeschlagene Richtung bewegen wird. Aus diesem Grund plädieren die Teilnehmer unserer Umfrage dafür, weiter auf dem bereits Geleisteten aufzubauen. Es überrascht deshalb kaum, dass alle Zeichen auf kontinuierliches Wachstum stehen, sei es in Bezug auf das Kunden- oder Dienstleistungsportfolio und allem voran auf den Umsatz. Sprechen einige lediglich von «Umsatzwachstum» oder «moderatem Wachstum», so gehen andere von Wachstumsraten im zweistelligen Prozentbereich aus. Besonders erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass alle planen, im neuen Jahr neue Arbeitskräfte einzustellen.

Die Redaktion von «Swiss IT Reseller» wünscht allen auf den nächsten Seiten vertretenen Unternehmen, deren Kunden und Partnern viel Erfolg für 2018. ■



Achermann ICT-Services
Rolf Borkowetz, Leiter Verkauf & Marketing



Allgeier (Schweiz)
André Schmid, Head Sales & Marketing

Rückblick 2017

Welche Bilanz ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2017?

Wir sind äusserst zufrieden und durften in allen Segmenten ein Wachstum verzeichnen. Speziell der Bereich «Total IT as a Service», also IT-Dienstleistungen als Sourcing Services für KMU, findet sehr grossen Anklang bei den Kunden. Dass wir zusätzliche Büroflächen beziehen und die Anzahl Mitarbeiter aufstocken durften, widerspiegelt ebenfalls unsere positive Stellung im Markt.

Über das ganze Jahr eine deutlich positive. Die beiden Jahreshälften unterscheiden sich klar voneinander. Die ersten sechs Monate waren geprägt von zurückhaltenden Investitionen, die Budgets mussten erkämpft werden. In der zweiten Jahreshälfte wechselte das Bild, es ist ein deutlich höherer Bedarf auszumachen, es werden mittlere und grössere Investitionen in allen IT-Bereichen getätigt und die Engpässe haben sich in die Delivery verschoben.

Welche Ziele hatten Sie sich gesetzt, und haben Sie diese erreicht?

Eines unserer Ziele war es, die Fusion mit MIT Network abzuschliessen und die Mitarbeiter und Kunden final in Achermann ICT-Services zu integrieren – das ist uns sehr gut gelungen. Es ist unser Bestreben, dass sich Unternehmen wieder vermehrt auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können und daher die Informatik als Abo aus unseren Datenzentren beziehen. Unser Ziel war es, die Anzahl dieser Cloud-Kunden zu verdoppeln – wir haben sie fast verdreifacht!

Unsere Ziele waren ein deutliches Umsatzwachstum, die Erweiterung unseres Microsoft-Portfolios durch eine SAP-Partnerschaft und eine nochmalige Verstärkung des Cloud-Geschäftes durch Added Value Services. Die drei gesetzten Zielen konnten erreicht werden. Die Transition des Geschäftsmodells in Richtung Cloud wird auch 2018 weitergehen. Stolz sind wir, zu den wenigen Schweizer Unternehmen zu zählen, die Kunden sowohl im Microsoft- wie SAP-Umfeld kompetent begleiten können.

Können Sie schon Angaben zum Umsatz 2017 machen? Lag dieser höher oder tiefer als noch 2016?

Ja, wir durften ein Umsatzplus von mehr als 10 Prozent verzeichnen. Die Gründe sind sicher im Ausbau der Ressourcen in allen Bereichen zu suchen sowie in der laufenden Optimierung der Geschäftsprozesse. Somit sind wir aktiver und effizienter am Markt zu spüren. Und mit unserer gelebten Begeisterung erreichen wir eine «Service Excellence» bei den Endkunden, die zu einer grösseren Loyalität und so zu einer festeren Kundenbeziehung führt.

Wir werden den Umsatz in 2017 (IST und Forecast) gegenüber 2016 steigern können.

Ausblick 2018

Welche Herausforderungen erwarten Sie als Value Added Reseller im Jahr 2018?

Die ICT ist der Motor für die Digitalisierung der Industrie- und Dienstleistungsbranche. Für uns als Trusted Advisor gegenüber unseren Kunden gilt es, Möglichkeiten zu implementieren, die den grössten und nachhaltigsten Nutzen bringen, damit die Produktivität erhöht werden kann. Wir übernehmen zunehmend die Rolle als ICT-Strategieberater, um unsere Kunden in die (noch) digitalere Zukunft zu begleiten.

Einerseits die weiter anhaltende Transformation der Geschäftsmodelle hin zu Cloud oder Full Managed Services. Dies bedingt den Aufbau neuer Kompetenzen und somit Investitionen. Andererseits erwarten wir eine nochmalige Verschärfung bei der Suche nach Talenten und erfahrenen Mitarbeitenden, insbesondere bei «Leadern». Letztendlich erwarten wir einen Angebotsüberschuss, was das Thema Ressourcenbedarf nochmals verschärfen wird.

Welche Ziele haben Sie sich für das Jahr 2018 gesetzt? In welche Richtung soll sich Ihr Geschäft entwickeln?

Wir werden unseren eingeschlagenen Weg fortsetzen, uns weiter entwickeln und wachsen. Speziell im Cloud- und Managed-Service-Bereich sehen wir noch viel Potential bei den Unternehmen.

Unser Fokus liegt auf umfassenden Digitalisierungs-Services auf den Plattformen von Microsoft und SAP. Der Cloud-Anteil soll im Verhältnis zum Vorjahr gesteigert und neue Value Added Services auf den Cloud-Plattformen von Microsoft und SAP an den Markt gebracht werden. Dies für Themenbereiche wie Governance oder Security. Daneben wollen wir Lösungen im Bereich Cognitive Services vorantreiben und unsere Kunden bei der Prozess-Automatisierung unterstützen.

Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?

Mit Begeisterung! Mit unseren exzellenten Service-Leistungen generieren wir «Wow»-Effekte bei unseren Kunden. Dass das nicht nur ein Lippenbekenntnis ist, beweisen die wöchentlichen Trainings mit unseren Mitarbeitern, die uns helfen, noch serviceorientierter zu handeln und auch mal eine Extrameile zu gehen. Dabei achten wir auch immer darauf, fachlich topfit und kompetent zu bleiben.

Die Ziele 2018 sind eine konsequente Weiterführung aus 2017. Wenn wir dem Credo «Für den Mehrwert beim Kunden» treu bleiben, werden wir die gesteckten Ziele problemlos erreichen. Wir sind überzeugt, dass viele Kunden sich neu ausrichten, ihre Prozesse anpassen oder neue Business-Modelle entwickeln, die sie näher an ihre Kunden bringen und ihre Wertschöpfung verbessern. Hier unterstützen wir und helfen mit Fachwissen und Technologie-Transfer die Time-To-Market zu optimieren.

Wie soll sich der Umsatz im Vergleich zu 2017 im kommenden Jahr entwickeln und planen Sie, im kommenden Jahr neue Stellen zu schaffen? Wenn ja, wieviele?

Wir sind sehr gut aufgestellt und planen eine weitere Steigerung um 10 bis 15 Prozent. Damit wir unsere Ziele erreichen, sind wir ständig auf der Suche nach neuen Talenten, die mit uns den Weg in eine begeisterte Zukunft gehen wollen.

Wir streben weiterhin ein Umsatzwachstum an. Damit verbunden benötigen wir mehr Mitarbeitende und werden somit auch neue Stellen schaffen.



Asecus
Stefan Hungerbühler, Co-CEO



Avantec
Mark Stäheli, Co-CEO



Dinotronic
Dino Fiori, CEO

Allgemein positiv – Umsatz und Ertrag werden über Budget liegen, betrachtet man das Kalenderjahr 2017. Unser Geschäftsjahr dauert allerdings von Juli bis Juni.

Avantec zieht eine sehr gute Bilanz für das laufende Geschäftsjahr. Es können voraussichtlich alle wichtigen Ziele erreicht beziehungsweise übertroffen werden.

2017 war für Dinotronic ein intensives und erfolgreiches Jahr. Durch die Anpassung unserer Strategie im Vorjahr haben wir die Fokussierung auf Managed Services für anspruchsvolle KMU umgesetzt und konnten in diesem Bereich überdurchschnittlich stark wachsen. Inzwischen generieren wir über 60 Prozent unseres Umsatzes wiederkehrend. Aus dem projektorientierten Geschäft mit Grosskunden haben wir uns zwischenzeitlich komplett verabschiedet.

Die Zielvorgabe, den Dienstleistungs-Anteil zu erhöhen ist erreicht worden.

Im Rahmen eines MBO hat das bestehende Management Avantec per 1. Januar 2017 von den Gründern und langjährigen Geschäftsführern übernommen. Eines der Ziele für dieses Jahr war die reibungslose Übergabe des operativen Geschäfts, was vollumfänglich erreicht werden konnte. Zudem können die ambitionierten wirtschaftlichen Ziele voraussichtlich übertroffen werden. Avantec entwickelt sich in allen Bereichen sehr vielversprechend weiter – das Team, die Kundenbasis und das Produktportfolio.

Das Jahr ist noch nicht zu Ende, wir sind jedoch zuversichtlich, dass wir die meisten unserer Ziele erreichen oder sogar übertreffen werden. 2017 konnten wir beispielsweise zusätzliche innovative Lösungen in unser Angebotsportfolio aufnehmen, unseren Billing-Prozess digitalisieren, Kunden und Mitarbeitende mit gezielten Trainings noch besser zum Thema Informations-Sicherheit sensibilisieren sowie viele spannende Cloud-Projekte erfolgreich umsetzen.

Da die massgebliche Zeit vor Ende Jahr noch nicht erfolgt ist, kann keine definitive Aussage gemacht werden. Tendenz ist jedoch, dass der Umsatz höher liegen wird als 2016.

Wir rechnen mit einem Umsatzwachstum von 20 bis 25 Prozent.

Der Umsatz 2017 wird, als Konsequenz strategischer Entscheidung, tiefer als derjenige des Vorjahres ausfallen. Wir haben den Handel mit Hard- und Software aufgrund seiner zu geringen und nicht wiederkehrenden Wertschöpfung und seines fehlenden Differenzierungspotenzials gegenüber unseren Mitbewerbern reduziert. Durch unsere Fokussierung auf KMU entfällt zudem der Projektumsatz durch Grosskunden. Für Dinotronic sind Rentabilität und Nachhaltigkeit jedoch wichtiger als die Umsatzentwicklung.

Die Margenerosion im Hard- und Softwaregeschäft geht weiter. Das Security-Umfeld bewegt sich sehr stark. Hier gilt es, die idealen Positionen zu besetzen.

Für IT-Security-Integratoren wird es weiter anspruchsvoller. Kunden erwarten eine unabhängige, integrale und nachhaltige Beratung sowie höchste Expertise und Erfahrung im Bereich der Produkte. Um möglichst vielen Kunden gerecht zu werden, braucht es ein entsprechendes Portfolio und unterschiedliche Arten von Betreuungspaketen. Die Rekrutierung der geforderten Spezialisten ist eine der grössten Herausforderungen am Markt.

Die Digitalisierung beschleunigt das Wachstum von Cloud-Lösungen. Nachholbedarf sehen wir deshalb speziell bei Lösungen für den Schutz von Identitäten und vertraulichen Informationen. Im Bereich des operativen Betriebs von Infrastrukturlösungen beobachten wir eine zunehmende Verlagerung in schlankere, automatisierte Cloud-Lösungen. Hinzu kommen neue Regularien für den Datenschutz (GDPR – General Data Protection Regulation), welche viele Unternehmen vor grosse Herausforderungen stellen.

Weiteres organisches – eher vorsichtiges – Wachstum soll erreicht werden. Der Dienstleistungs-Anteil soll weiter erhöht werden. Allerdings immer in Kombination von Hard- und Software-Lösungen.

Wir wollen 2018 noch näher beim Kunden sein und unsere Angebote und Dienstleistungen darauf ausrichten. Die Entwicklung des Teams und des Portfolios sind der Schlüssel für ein weiterhin nachhaltiges und erfolgreiches Geschäft. Wir sehen grosses Potenzial am Markt und wollen dieses nutzen beziehungsweise mit den Möglichkeiten entsprechend gesund und nachhaltig wachsen.

Wir fokussieren auch im kommenden Jahr auf das Wachstum durch Managed Services aus unterschiedlichen Clouds und im Speziellen im Bereich Security & Compliance. Zusätzlich möchten wir unsere Erreichbarkeit und Reaktionszeiten nochmals verbessern und den 7x24 Service für unsere Kunden erheblich ausbauen. Noch weiter intensivieren möchten wir auch die langjährige, erfolgreiche Partnerschaft mit Microsoft Schweiz.

Durch die Investition in vielversprechende Lösungen – mit dem Ausbau des Dienstleistungsanteils.

Durch interne Optimierungen, Ausbau und Weiterentwicklung des Teams, dynamische Anpassung unseres Angebots und unseren Dienstleistungen an den Kundenbedürfnissen.

Neue Angebote für KMU in den Bereichen Managed Identity Protection, Managed Information Protection, Managed Threat Protection und ein GDPR Risk Assessment stehen bereit. Zusätzlich werden wir uns mit Fachspezialisten verstärken und die Dinotronic Swiss Cloud mit einer Software-defined-Datacenter-Lösung ausbauen. Für die Neukundengewinnung setzen wir vermehrt auf digitales Marketing (Online-Werbung, SEO, Social Media) und werden unsere Webseite entsprechend ausbauen.

Der Umsatz soll sich um circa 15 Prozent erhöhen. Das Budget für neue Positionen wird erst Ende Jahr definiert. Voraussichtlich werden zwei neue Software-Engineer-Positionen besetzt.

Wir rechnen weiterhin mit einem Wachstum im zweistelligen Prozentbereich. Avantec wird voraussichtlich drei bis fünf neue Stellen schaffen.

Das stärkste Wachstum erwarten wir im Bereich Managed Security Services sowie Microsoft Azure. Da die Rekrutierung neuer Cloud Engineers zu einer grossen Herausforderung geworden ist, prüfen wir aktuell auch die Möglichkeit einer Expansion ins Ausland. Gleichzeitig werden wir jedoch auch unsere Attraktivität als Arbeitgeber in der Schweiz noch weiter verbessern.



Ensec
Mike Schuler, CEO



GIA Informatik
Peter Merz, Geschäftsführer

Rückblick 2017

Welche Bilanz ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2017?

2017 wird für Ensec in die Geschichte eingehen, schliesslich ist es unser erstes operatives Jahr. Davon abgesehen würde ich 2017 als grundsätzlich besseres Jahr einschätzen als 2016. Know-how und Dienstleistungen, insbesondere im IT-Security-Bereich, sind nochmals verstärkt gesucht von den Kunden und somit ist die Auslastung der Reseller entsprechend hoch. Zugleich geht jedoch die Margenerosion im Handel durch den zunehmenden Konkurrenzkampf munter weiter.

Eine weitgehend positive: Wir konnten neue Kunden mit anspruchsvollen Projekten gewinnen, wir konnten neue Arbeitsplätze schaffen und diese erfolgreich besetzen und wir haben trotz hoher Arbeitsbelastung weiterhin ein topmotiviertes Team.

Welche Ziele hatten Sie sich gesetzt, und haben Sie diese erreicht?

Wir hatten drei primäre Ziele für unser Unternehmen: Erstens: Überleben (uns gibt es noch, somit erreicht); Zweitens: eine Dienstleistungsauslastung erreichen, welche die Kosten deckt und unser Überleben sichert (auch das konnte erreicht werden); und Drittens: Projekte gewinnen und Handelsumsätze erwirtschaften, welche uns Wachstum und Innovation ermöglichen. Dieser letzte Punkt konnte ebenfalls erreicht werden, obschon wir uns etwas mehr erhofft hatten. Es braucht aber einfach mehr Zeit als vermutet.

Wir wollten wachsen, insbesondere im Bereich der Cloud Services, und wir wollten unsere Prozesse effizienter gestalten und nach ISO 20000 und ISO 27000 zertifizieren lassen. Beides haben wir erreicht.

Können Sie schon Angaben zum Umsatz 2017 machen? Lag dieser höher oder tiefer als noch 2016?

Da wir erst seit dem 1. März 2017 operativ tätig sind können wir dazu keine Angaben machen. Wir vermuten aber, dass 2017 im Schnitt besser gewesen sein sollte als 2016.

Der diesjährige Umsatz wird deutlich über dem Umsatz des Vorjahres liegen.

Ausblick 2018

Welche Herausforderungen erwarten Sie als Value Added Reseller im Jahr 2018?

Das Wachstum von Ensec könnte ins Stocken geraten, weil wir schlicht die Leute nicht finden. Zudem wird der Konkurrenzkampf weiter zunehmen und demzufolge werden die Margen tief bleiben respektive weiter sinken. Als weiteres Element werden Cloud- und MSS-Angebote weiter ausgebaut und vermehrt von den Kunden genutzt. Für mich noch etwas schwer abschätzbar ist, wo hier die Reise im Grossen und Ganzen hingehen soll (welche Kundensegmente nutzen welche Dienste und warum).

Uns beschäftigt die Transformation in unserer Branche: Das Konsumverhalten von Software respektive Anwendungen durch Unternehmen wandelt sich – die Cloud setzt sich mehr und mehr durch. Unternehmen beziehen Services und kaufen kaum mehr Hardware, Software und Dienstleistungen.

Welche Ziele haben Sie sich für das Jahr 2018 gesetzt? In welche Richtung soll sich Ihr Geschäft entwickeln?

Wichtig ist die Weiterentwicklung unseres zweiten Standbeins, der GRC-Beratung (Governance, Risikomanagement, Compliance). Wir werden unser Angebot schärfen und ausbauen. Teile der IT-Security bewegen sich weg von der Infrastruktur hin zum Service und damit zum Business. Durch den Ausbau der Kompetenzen in der Automation und den Cloud-Technologien wollen wir die Kunden optimal unterstützen. Wir werden den eingeschlagenen Weg weitergehen und uns als kompetenter Partner für IT-Security etablieren.

Wir wollen diese Trends adaptieren. Wir sind heute sehr froh, dass wir schon früh Services gebaut und angeboten haben, denn wir sind überzeugt, dass das der Weg in unsere Zukunft ist.

Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?

Wir verfolgen die Entwicklungen in der IT und deren Auswirkungen auf unsere Hersteller aufmerksam. Mit der Aufnahme von Menlo und Darktrace in unser Portfolio tragen wir der Entwicklung und unserer Strategie Rechnung. Mit diesen wollen wir uns auch bei Kunden platzieren, welche bereits einen Security-Partner haben und diesen nicht wechseln möchten. Für unsere GRC-Abteilung werden wir unser Angebot konkretisieren, mehr in Marketing investieren und das Team ausbauen.

Unsere Services müssen attraktiv sein! Es muss uns gelingen, diese so zu gestalten, dass sie für unsere Kunden einfach zu konsumieren sind. Dahinter müssen wir daran arbeiten, effizienter zu werden. Das erreichen wir durch vermehrte Automation. Fortschritte diesbezüglich versprechen wir uns unter anderem durch Azure Stack, ein Angebot von Microsoft, das es uns ermöglicht, in unseren eigenen Data Center in der Schweiz Funktionalitäten aus der Azure Cloud anzubieten.

Wie soll sich der Umsatz im Vergleich zu 2017 im kommenden Jahr entwickeln und planen Sie, im kommenden Jahr neue Stellen zu schaffen? Wenn ja, wieviele?

Wir sind ein Start-up und entsprechend ambitioniert was das Wachstum angeht. Der Umsatz wie auch die Anzahl Mitarbeiter müssen und werden Ende 2018 definitiv höher ausfallen als Ende 2017.

Unser Budget sieht eine moderate Steigerung des Umsatzes vor und dazu werden wir auch die eine oder andere Stelle schaffen. Ich gehe davon aus, dass das vier bis fünf sein werden und wir damit dann mehr als 150 Mitarbeitende zählen werden.



Infoguard
Thomas Meier, CEO



IOZ
Josua Müller, CEO



Nomasis
Philipp Klomp, CEO & Gründer

2017 war ein sehr erfolgreiches Jahr für Infoguard, sowohl vom Umsatz als auch vom Wachstum her. Das Thema Cyber Security ist inzwischen auch in den Chefetagen angekommen. Die Nachfrage nach Cyber-Security-Dienstleistungen war dementsprechend gross, wovon auch wir profitierten. Unsere Position auf dem Markt konnten wir dadurch sicherlich stärken und uns als Trusted-Cyber-Security-Dienstleister weiter etablieren.

Unser Ziel war es, uns in allen Kompetenzbereichen (Penstesting und Audit, Consulting, Engineering und Cyber Defence Center as a Service) weiter zu verbessern – sowohl quantitativ als auch qualitativ. Das haben wir mehr als erreicht, was die Zahlen auch bestätigen. Ein grosses internes Projekt war zudem der Ausbau unseres Cyber Defence Centers (CDC) auf 250 Quadratmetern, in dem nun über 30 Mitarbeitende arbeiten. Diese Investition hat sich gelohnt und wird auch in Zukunft gewichtig zum Erfolg beitragen.

Da das Jahr noch nicht abgeschlossen ist, können wir noch keine definitiven Angaben machen. Allerdings wird das Umsatzwachstum rund 10 Prozent gegenüber Vorjahr betragen.

Infoguard ist kein Reseller im klassischen Sinn. Wir sind sehr dienstleistungsorientiert; bieten also primär unser Know-how und unsere Erfahrung in Kombination mit innovativen Lösungen an. Hier liegt die grösste Herausforderung darin, unseren personellen Bedarf an Cyber-Security-Spezialisten decken zu können, um weiteres Wachstum sicherzustellen. Das Problem des Fachkräftemangels ist jedoch in der gesamten Branche ein Thema.

Quantitativ streben wir wie im Vorjahr ein Umsatzwachstum an. Qualitativ wollen wir uns in all unseren Kompetenzbereichen weiterentwickeln. Den Fokus setzen wir auf unsere bestehenden Lösungen und Dienstleistungen sowie auf neuartige Methoden wie Artificial Intelligence zur Erkennung von Angriffen und IoT-Sicherheit. Daneben möchten wir natürlich auch unser Kunden- und Projektportfolio weiter ausbauen.

Unsere wertvollste Ressource ist das Humankapital. Wir werden unsere Mitarbeitenden weiter fördern und uns um die Rekrutierung weiterer Security-Spezialisten kümmern. Wichtig ist die Zusammenarbeit mit Universitäten und Hochschulen. Mehrere unserer Spezialisten dozieren nebenbei und bringen ihr Wissen und ihre Erfahrung dorthin, wo die Talente von morgen ausgebildet werden. Ausserdem bilden wir selber mehrere Lernende aus, welchen wir anschliessend ein spannendes Tätigkeitsfeld bieten.

Wir gehen von einem Umsatzwachstum von 10 Prozent aus. Ausserdem planen wir momentan, rund zehn neue Stellen zu schaffen.

Nachdem das Jahr 2016 für unser Unternehmen das herausforderndste Jahr war, in dem wir uns mit Themen wie Umstrukturierung und Reorganisation auseinandersetzen mussten, freue ich mich darüber, dass das Jahr 2017 das erfolgreichste Jahr in unserer zehnjährigen Geschichte wird.

Unsere Kunden sehen sich mit riesigen technischen und organisatorischen Veränderungen konfrontiert. 2016 haben wir uns zum Ziel gesetzt, IOZ konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Deshalb haben wir 2017 unser Leistungsportfolio reduziert und den Fokus auf die Bereiche Management-Systeme, Prozess-Management und Collaboration gelegt. Dieses Ziel haben wir erreicht, obwohl der Prozess noch nicht abgeschlossen ist.

Die Fokussierung auf drei Kernbereiche half uns, die Einbussen der anderen «Gemischtwaren-Abteilungen» zu kompensieren. Unser Umsatz 2017 liegt in etwa auf dem Vorjahresniveau. Gleichzeitig konnten wir die Kosten massgeblich senken.

Der Wandel von einem technologiegetriebenen Unternehmen hin zu einem Unternehmen, das die Kundenbedürfnisse in den Vordergrund stellt und die entsprechenden Beratungskompetenzen aufbaut. Dies begleitete uns 2017 und wird uns auch im Jahr 2018 beschäftigen.

Wir werden eine Lean-Management-Kultur implementieren. Ziel ist es, aus jedem einzelnen Franken den grössten Nutzen für unsere Kunden herauszuholen. Wir hinterfragen unsere Aktivitäten, legen den Fokus auf den Kundennutzen und steigern die Effizienz – bei uns selbst und bei unseren Kunden. Unser Leitsatz für 2018: «Dänk as Gäld vom Chund – drum mach nüd för d Föchs!»

Wir legen den Fokus auf die menschliche Seite der digitalen Transformation und investieren in eine gute Unternehmenskultur.

Wir werden den Umsatz um 15 Prozent steigern. Auch neue Stellen sind geplant, einige davon sind bereits heute ausgeschrieben. Schauen Sie doch mal auf unserer Website vorbei.

Es war ein wirtschaftsfreundliches Jahr und Firmen investierten in unsere nachhaltigen Mobile Security Services. Cloud war für unsere Kunden vermehrt ein Thema und wir konnten unsere Erfahrung bei der Integration und Migration stark ausbauen. Unser Spezialisten-Team wurde weiter gefestigt. Nach wie vor sind unsere Kernkompetenzen Mobile IT sowie Mobile Security stark gefragt und wir konnten uns den sich wandelnden Kundenbedürfnissen anpassen.

Unser Ziel war unsere Dienstleistungen und Services vermehrt zu positionieren und die Abhängigkeit zum reinen Produktverkauf zu reduzieren. Dies konnten wir speziell im Bereich Enterprise Mobility Management und im Bereich App Management / Integration erfolgreich umsetzen. Dank unserer guten Vernetzung mit anderen mobile Security-Firmen im europäischen Markt sind wir heute in der Lage, schneller auf Marktveränderungen und Kapazitätsengpässe zu reagieren.

Wir sind stand heute cirka einen Monat im Voraus gegenüber dem letzten Jahr.

Der Bereich MDM kommt immer mehr unter Druck und neue Cloud Player drängen mit günstigen Basislösungen auf den Markt. Ein reines MDM ohne weiterführende Integration in Apps und Business-Prozesse wird immer weniger gefragt. Für weiterführende Lösungen und Integration sind die erforderlichen Fachkräfte eine grosse Herausforderung, aber gleichzeitig auch die grösste Chance, sich mit den richtigen Fachkräften im Markt zu behaupten.

Unser Fokus liegt bei Managed Services für die EMM-Automatisierung, Mobile Security, App Management für Smartphone und Tablet. Wir wollen unseren Kunden den Sprung in die Cloud einfach und effizient ermöglichen und beim Betrieb der On-Prem-, Hybrid- oder Cloud-Dienste noch besser unterstützen. Ein weiterer Fokus liegt im Mobile Identity Management für Office365, Skype for Business (Teams) und Diensten wie SAP und Salesforce.

Wir wollen unsere europäischen Allianzen weiter stärken sowie die Synergien und Fachkenntnisse der verschiedenen Partner noch stärker nutzen. Zudem investieren wir weiter in Kompetenzen und Ressourcen in unserem Fokusbereich und denken unser Produktportfolio mit geeigneten Schwerpunkt-Produkten sowie Services zu erweitern.

Wir erwarten ein starkes Wachstum im Bereich Managed Services sowie Dienstleistungen und ein moderates im Vertrieb und der Integration von Hard- und Software. Für 2018 haben wir zwei zusätzliche Vollzeitstellen budgetiert, sind aber offen, diese Zahl auch noch zusätzlich zu erhöhen.



Novacapta Software & Consulting Schweiz
Heinz Süess, Geschäftsführer



Sidarion
Peter Stiegler, CEO

Rückblick 2017

Welche Bilanz ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2017?

Wir haben ein sehr spannendes und anspruchsvolles Jahr erlebt. Durch die vollzogene Übernahme von Argusnet Software Solutions durch Novacapta Software & Consulting in Köln stehen wir gestärkt am Markt und können seit Anfang Oktober auch Lösungen rund um den digitalen Arbeitsplatz der Zukunft mit Sharepoint und Office 365 anbieten. Zudem bieten wir weiterhin professionelle Software-Entwicklungsleistungen mit modernsten Microsoft-Technologien. Damit verstärken wir unsere Position am Markt.

Es war ein eher durchzogenes Jahr mit einer hohen Arbeitsbelastung und teilweise sehr kurzfristigen Projekten oder Anfragen. Auf der anderen Seite stellen wir fest, dass Kunden teilweise nicht realistische Vorstellungen haben.

Welche Ziele hatten Sie sich gesetzt, und haben Sie diese erreicht?

Unser Ziel war und ist es, die Erweiterung des Leistungsangebots für unsere bestehenden und neuen Kunden zu etablieren. Durch die neue Positionierung bieten wir unseren Kunden ein erweitertes Leistungsangebot aus einer Hand an. Durch unsere Standorte in Sursee sowie im Technopark in Zürich bieten wir unseren Kunden zukünftig noch mehr Nähe. Zudem können wir Dank der Zugehörigkeit zu Novacapta in Deutschland auf Ressourcen von knapp 120 Fachpersonen im Microsoft-Umfeld zugreifen.

Unsere Ziele waren die Steigerung des Umsatzes und der Ausbau der Anzahl der Mitarbeiter. Beide Ziele haben wir teilweise erreicht.

Können Sie schon Angaben zum Umsatz 2017 machen? Lag dieser höher oder tiefer als noch 2016?

Durch die neuen Aktivitäten rund um den neuen Geschäftsbereich Consulting sowie den personellen Ausbau im Bereich Software-Entwicklung konnten wir den Umsatz 2017 erhöhen. Zudem ist der Geschäftsgang im Bereich Software-Entwicklung erfreulich gut. Alles in allem liegen die Umsätze höher als 2016 und wir sind sehr zuversichtlich, dass wir die gesetzten Ziele erreichen können.

Wir gehen davon aus, dass der Umsatz in diesem Jahr ähnlich ausfallen wird wie 2016.

Ausblick 2018

Welche Herausforderungen erwarten Sie als Value Added Reseller im Jahr 2018?

Die rasch voranschreitende Digitalisierung erfordert flexible und innovative Dienstleister, die für den Kunden bestmöglichen Nutzen aus seinen Investitionen sicherstellen. Zudem erwartet der Kunde eine hohe Kompetenz rund um diese Themen. Das hohe Tempo der Veränderung stellt kleinere Unternehmungen vor grosse Herausforderungen. Der Preisdruck im internationale Umfeld sowie das Outsourcing von Entwicklungsleistungen stellt unser Unternehmen vor finanzielle Herausforderungen.

Wir spüren einen starken Margen- und Konkurrenzdruck.

Welche Ziele haben Sie sich für das Jahr 2018 gesetzt? In welche Richtung soll sich Ihr Geschäft entwickeln?

Durch einen hohen Individualisierungsgrad wollen wir unseren Kunden einen effektiven Mehrwert bieten. Das nächste Jahr wird für uns ganz im Zeichen des Wandels stehen, um uns als Unternehmen im Marktumfeld noch besser als wertvollen Partner zu verankern. Wir erbringen top Leistungen in bekannter Schweizer Qualität. Im Bereich Consulting rund um Sharepoint und Office 365 wollen wir ein valabler Partner auf dem heimischen Markt werden und Synergien in unserem Unternehmensverbund nutzen.

Im kommenden Jahr planen wir den Ausbau weiterer Tätigkeitsfelder, vor allem im Bereich der Produkte und der Dienstleistungen.

Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?

Wir setzen auf Wachstum durch die gezielte Rekrutierung von Spezialisten im Bereich Consulting und Software-Entwicklung. Mit diesen Ressourcen sind wir noch besser in der Lage, auch steigende Erwartungen und Bedürfnisse im grösseren Umfang zu bedienen. Durch die laufende Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter bleiben wir am Puls der Digitalisierung und vermitteln unseren Kunden topaktuelles Wissen. Anhand der gezielten Vermarktung unseres Lösungsportfolios wollen wir neue Kunden begeistern.

Wichtig ist für uns der Ausbau unserer Tätigkeit im Cloud-Umfeld im Bereich der Beratung, speziell für Azure, AWS und Hybrid-Cloud-Konzepte. Damit wollen wir die Marktnachfrage nach Beratungskompetenz befriedigen.

Wie soll sich der Umsatz im Vergleich zu 2017 im kommenden Jahr entwickeln und planen Sie, im kommenden Jahr neue Stellen zu schaffen? Wenn ja, wieviele?

Wir planen, im Verlauf des Jahres 2018 personell zu wachsen, um unser Portfolio an professionellen Ressourcen weiter auszubauen und die Manövriermasse zu erhöhen. Wir sind laufend auf der Suche nach geeigneten Kandidaten an unseren Standorten in Sursee und Zürich. Ein erhebliches Umsatzwachstum streben wir natürlich ebenso an.

Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung des Umsatzes. Wir planen deshalb unter anderem, zwei bis vier neue Mitarbeiter einzustellen, was einem Wachstum der Belegschaft um 10 bis 20 Prozent entspricht.