4/12

ChannelPartner

IDG 27.2.2012 / 18. Jahrgang / B 13743 / Euro 3,50

www.channelpartner.de – Die Medienplattform für den ITK- und CE-Handel

Weitere Themen

30 Ingram Micro: Was Gerhard Schulz vorhat
Neue Geschäftsfelder jenseits der klassischen IT erschließen

36 HP: Rehabilitation wird versprochen
Produkte und Partnerbetreuung – alles soll besser werden

40 VMware: mehr Marge für VARs und Consultants
Zusätzliche Spezialisierungen beflügeln Umsätze im Fachhandel

44 Expert: Angriff auf Media Markt
Mit 22 neuen Fachmärkten und Stromtankstellen Kunden binden

SMARTPHONES UND DATENVERKEHR

Außer Rand und Band

Großer Themenschwerpunkt **MOBILE COMPUTING** auf **13 Seiten!**

NEUE SMARTPHONES UND TABLETS ÜBERSCHWEMMEN DEN MARKT – DER MOBILE DATENVERKEHR MUSS MITWACHSEN. AUF DEM MOBILE WORLD CONGRESS 2012 STELLT DIE BRANCHE DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT. WELCHE THEMEN HERSTELLER UND CARRIER BEWEGEN, LESEN SIE **ab Seite 10**

„Beratungskompetenz ist extrem wertvoll."

Seite 20

Exklusivinterview mit Arndt Polifke, Division Manager Telecom bei der GfK

Mehr zum Thema Smartphones unter www.channelpartner.de/mobile

ISSN 1864-1202

Postvertriebsstück (DPAG) B-13743 Entgelt bezahlt
IDG Business Media GmbH, c/o ZENIT Pressevertrieb, Postfach 810580, 70522 Stuttgart

Inhalt

TOP-THEMA: SMARTPHONES

10 Herausforderungen für die Mobilfunkbranche
Stockender Datenfluss bei explodierenden Datenmengen

18 Marktanteile und Umsätze
Über Anbieter, Betriebssysteme und Datenvolumen bei Smartphones

20 „Die IT-/TK-Konvergenz ist Wirklichkeit geworden“
Interview mit Marktforscher Polifke von der GfK

22 Produktvielfalt bei Hard- und Software
Smartphones von HTC, Fujitsu und Asus, Router von D-Link, Security von Symantec und Kaspersky

www.channelpartner.de/mobile

/news/

6 **PC-Spezialist:** Online-Umsatz an der 20-Millionen-Euro-Grenze
PC-Absatz: HP und Dell lahmen
7 **Atos, EMC, VMware:** Joint Venture für Cloud-Services
Samsung: Kalisch wird IT-Storage-Chef
Veeam: höhere Rabatte für Partner
Media Markt: Wie viel die Hersteller zahlen

/handel/

26 **Messe in Monaco:** Speed-Dating für Distributoren
28 **Also Actebis:** Broadliner tritt auf der Stelle
29 **b.com:** Entlassungen anlässlich des Konzernumbaus
30 **Ingram Micro:** mit neuen Geschäftsfeldern Klassenprimus bleiben

/security/

32 **Sophos:** Roadshow und CeBIt sollen Channel auf Kurs bringen
33 **Kaspersky:** eine Security-Lösung für alle Endgeräte

/hersteller/

34 **TomTom:** neues Partnerprogramm für das Flottenmanagement
36 **Hewlett-Packard:** Rehabilitation versprochen und klare Strategie angekündigt
40 **VMware:** massive Investionen in den Channel

/cloud/

42 **Hewlett-Packard:** mit cCell-Services in die Hybrid Cloud

/windows/

43 **Testzeitraum verlängert:** Vorabversionen von Windows 8 bis 2013
Windows 8: Das neue Logo ist unifarben

/retail/

44 **Expert:** Angriff auf Media Markt zum 50. Firmenjubiläum

/storage/

46 **StorageCraft:** Channel-Programm umgebaut
EMC: Fernwartungsfunktion für VNXe
LaCie: externe Speichersysteme

/systemhaeuser/

48 **Software AG:** Fragezeichen hinter SAP-Beratung
T-Systems: Umsatz gesteigert, Marge erhöht
Allgeier: Umsatz und Gewinn gesteigert

/company-scout/

49 **Channel-Datenbank:** neue Einträge von Dell, Avnet, GN Netcom, Arrow ECS und NovaStor

/szene/

74 **Branchentreffen:** Disti-Promis an der Côte d'Azur

/Rubriken/Sonstiges/

4 Leserbriefe/Meinungen, Impressum
6 Nachgefragt, Aktuell aufgeschnappt
50 **Der CP-Querschläger:** Kämpft HP tatsächlich gegen „Schweinepreise“?
51 Service

Editorial
Beate Wöhe,
Leitende Redakteurin von ChannelPartner

Wehe, wenn sie losgelassen

Die Dynamik, die sich in einem boomenden Marktsegment entwickelt, ist etwas Herrliches. In einem solchen Zusammenhang können sich die Hersteller von Smartphones die Zahl 491.000.000 auf der Zunge zergehen lassen. So viele Geräte wurden laut IDC im vergangenen Jahr weltweit verkauft. Für viele Endkunden ist es wichtig, dass sie ein stylisches neues Gerät haben, mit dem sie alle privaten und beruflichen Daten abrufen und sich in ihren sozialen Netzwerken bewegen können. Was die Kunden jedoch nicht wissen (müssen), ist das Zusammenspiel der Prozesse, die dabei im Hintergrund ablaufen müssen. Um dieses Zusammenspiel auch künftig unter einen Hut zu bringen, tagt das Who's who der Branche in den kommenden Tagen auf dem Mobile World Congress 2012.

Die Smartphone- und Tablet-Hersteller bringen immer mehr ansprechende Produkte auf den Markt. Dabei überholen sie sich jedoch mit neuen Technologien und Formfaktoren in rascher Folge gegenseitig. Gleichzeitig tauchen mit NFC (Near Field Communication), LTE oder Sprachassistenten wie Siri neue Begriffe auf, von denen viele Endkunden (auch Jugendliche) oft gar nicht genau wissen, was dahintersteckt. Aufklärung wird an der Kundenfront daher immer wichtiger. Es geht nicht nur um die Bedienung eines Smartphones. Die Alleskönner führen mittlerweile den Siegeszug in die Heim- und Firmennetzwerke der Kunden. Und dann ist oft der technische Fachhandel gefragt, um die gewünschten Anwendungen sicher zu installieren.

LESERBRIEFE / MEINUNGEN

Zum Thema **„HP kappt Margen für Kistenschieber“**

Wiederentdeckung der Partner

„Ich glaube es ja nicht! Hat HP nach Jahren – ich sage mal ‚unglücklicher‘ Preispolitik – gemerkt, dass es doch noch Partner braucht, die mehr machen als Kisten schieben. Das wird doch wohl auch Auswirkungen auf die Preise bei jenen haben, die den ‚Top-Systemhäusern‘ dann die überschüssigen Kisten wieder abnehmen, nachdem alle Boni ab- und verrechnet wurden.“

zapp im CP forum

Gefahr eines Eigentors

„Die Partner, die HP mit Umsatz versorgt haben, werden hiermit denunziert. Ob die Partner mit dem gesamten HP-Portfolio ohne Ausweichhersteller den Umsatz der ‚Kistenschieber‘ kompensieren können, ist fraglich. Schauen wir mal, ob sich HP hiermit nicht ein Eigentor schießt. Die Kistenschieber wird HP immer brauchen. Dies ist bei den Marktbegleitern nicht anders.“

pitsec im CP forum

Zum Thema **„Mehr Nachfrage nach Apple-Produkten“**

Der Wunsch nach einer vernünftigen Marge

„Kann mir eigentlich jemand sagen, wovon Apple-Verkäufer leben oder leben sollen? Warum ich frage? Immer mehr Interessenten, übrigens auch sehr viele Business-Kunden, fragen bei mir nach Apple-Produkten. Also muss ich mich mit dem Thema befassen. Viele der Interessenten wollen nicht (oder nicht mehr) bei Media Markt oder Saturn oder sonstwo kaufen. Sie wollen zum Fachhandel. Hat jemand einen Rat oder verkauft jemand Apple-Produkte zu Preisen, bei denen man noch eine vernünftige Marge hat?“

CharlyR im CP forum

Zum Thema **„Basel III als Gefahr für den Mittelstand“**

Selbstreinigungseffekt für die Banken

„Wer sich heute von seiner Bank Geld leihen möchte, sollte genug davon mitbringen. Für mich haben Basel II und Basel III einen angenehmen Selbstreinigungseffekt für die Banken. Wenn für deren Verlust- und Spekulationsgeschäfte nicht mehr der Staat und damit der Steuerzahler aufkommt, sägen die Banken mit Basel III an einem wichtigen Kerngeschäft.

Wann kommt Basel IV? Jeder Kunde erstattet der Bank per AGB-Regelung das Zweifache seines Jahreseinkommens, ohne auch nur einen Cent Kredit bekommen zu haben. Das Risiko für die Bank ist gleich null; der Kunde wird wieder interessant und umwerbenswert.“

R.Wieler im CP forum

Zum Thema **„Inhalt des Impressums“**

Alles ein alter Hut

„Was mich wundert, ist, dass Händler trotz vielfacher Empfehlung von diversen Verbänden oder Online-Siegeln die erforderlichen Angaben im Impressum nicht machen. Eigentlich ist die Angelegenheit ein alter Hut. Dass das Urteil, das den alten Standards widersprochen hat, kassiert wird, war zu erwarten. Die geforderten Angaben finde ich nun auch nicht besonders unzumutbar.“

BaselineToner im CP forum

Zum Thema **„Media Markt im Markencheck in der ARD“**

Tatsächliche Missstände blieben unerwähnt

„Das war doch eigentlich klar, dass die ARD in ihrem Fernsehbeitrag die eigentlichen Kritikpunkte an Media Markt nicht erwähnt. Die können sich das gar nicht erlauben, irgendeine Kritik zu üben. Die Anwälte würden doch sofort eine Flut von Klagen schicken. Und die Media-Markt-Mitarbeiter waren wahrscheinlich auch zu ehrlich. Deswegen gab es da auch keine verstellten Stimmen, von denen man ein wenig aus dem Nähkästchen erfahren hat. Hat hier wirklich jemand geglaubt, der Bericht würde die tatsächlichen Missstände aufdecken?“

mgclaudl61 im CP forum

IMPRESSUM

Verlag:
IDG Business Media GmbH
Lyonel-Feininger-Str. 26
80807 München
Tel. 089 36086-0
Fax 089 36086-118
E-Mail: info@business.de

Chefredakteur:
Christian Meyer
(v.i.S.d.P. – Anschrift siehe Verlag)

Gesamtanzeigenleiter:
Sebastian Wörle (verantwortlich)
089 36086-113
swoerle@idgbusiness.de

Druck, einschließlich Beilagen:
Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel

© Copyright ChannelPartner 2012

ISSN 1864-1202
Erfüllungsort, Gerichtsstand: München

Inhaber und Beteiligungsverhältnisse:
Alleiniger Gesellschafter der IDG Business Media GmbH ist die IDG Communications Media AG, München, eine 100-prozentige Tochter der International Data Group Inc., Boston, USA. Aufsichtsratsmitglieder der IDG Communications Media AG sind: Patrick J. McGovern (Vorsitzender), Edward Bloom, Toby Hurlstone.

IDG

In unserem Medienhaus erscheinen außerdem folgende Medien-Marken

COMPUTERWOCHE TEC CHANNEL DigitalWorld CIO PC WELT CFOworld GameStar GamePro Macwelt

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

NACHGEFRAGT

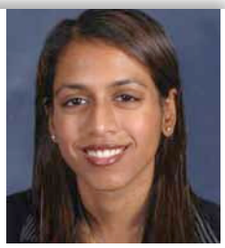
HP regelt die Bonifizierung für Distributoren neu und kappt die Margen für reine Kistenschieber. Was denken Sie darüber?

Ein überfälliger Schritt von HP.	42 %
Das ist gut für mich!	8 %
Der Schuss wird für HP nach hinten losgehen.	35 %
Mir egal, es trifft ja hauptsächlich die Distributoren.	15 %

Quelle: Umfrage auf www.channelpartner.de
Lesen Sie dazu auch die Kolumne des CP-Querschlägers „Kämpft HP tatsächlich gegen *Schweinepreise?*" auf Seite 50.

Aktuell aufgeschnappt

„Es gab große Erwartungen, dass sich Facebook zu einer neuen Einkaufsplattform entwickelt. Aber es war so, als ob man versucht, Leuten Dinge anzudrehen, während sie mit Freunden in einer Bar abhängen."



SUCHARITA MULPURU, Analystin bei Forrester Research, im Interview mit Bloomberg zum Thema bereits wieder geschlossener Storefronts bei Facebook

ONLINE-UMSÄTZE

PC-Spezialist kratzt an 20-Millionen-Grenze

Mit einer Steigerung der Online-Umsätze um 129 Prozent gegenüber dem Vorjahr lässt PC-Spezialist aufhorchen. Demnach konnte die Franchise-Kette im Jahr 2011 Erlöse von 19,9 Millionen Euro ausweisen. Für das laufende Jahr plant PC-Spezialist ein Wachstum von 90 Prozent, 2017 sollen die Online-Umsätze 100 Millionen Euro erreichen.

Gegenüber „Exciting Commerce" hat Frank Roebers, Vorstandschef der Muttergesellschaft Synaxon, zur Online-Entwicklung von PC-Spezialist Stellung genommen: „Wir verfolgen nicht primär das Ziel, E-Tailer zu werden. Es geht bei uns darum, unser dezentrales Beschaffungswesen durch zentral eingekaufte Ware im Preis für die Partner erheblich zu verbessern. Außerdem soll PC-Spezialist online die Kundenfrequenz für unsere stationären Stores verbessern. Auch das funktioniert bestens."

Roebers verbindet mit dem Online-Shop also eine andere Zielsetzung als etwa Notebooksbilliger.de oder Cyberport (wir berichteten). Auch Media Markt und Saturn sind noch auf der Suche nach der richtigen E-Commerce-Strategie, während Vobis bereits zum dritten Mal innerhalb weniger Jahre einen Online-Neustart durchgeführt hat. Und bei Expert rückt nach zweijähriger Vorbereitungszeit der Online-Start näher (siehe Seite 44). *TÖ*

BELIEBTE TABLETS

PC-Absatz lahmt bei HP und Dell

Dell hat sich im ersten Quartal deutlich besser geschlagen als Erzrivale HP. Beide Hersteller litten jedoch massiv unter der Abwanderung der Kundschaft hin zu iPad und iPhone. Zuwachs verzeichneten beide Unternehmen lediglich im Servicegeschäft. Bei HP zogen auch die Softwareumsätze an.

Dennoch kommt HP auch mit Meg Whitman an der Spitze auf keinen grünen Zweig. Der von Personalquerelen und Fehlentscheidungen gebeutelte Konzern (siehe Seite 36) verkaufte im ersten Geschäftsquartal 18 Prozent weniger PCs und Notebooks, und auch das Geschäft mit Druckern, Servern und Speichersystemen lief schlechter als noch vor einem Jahr. Der Gesamtumsatz schmolz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um sieben Prozent auf 30 Milliarden Dollar (22,7 Milliarden Euro), der Gewinn sank um fast die Hälfte auf 1,5 Milliarden Dollar.

Bei Dell stieg dank des Servicegeschäfts der Gesamtumsatz im ersten Geschäftsjahresquartal um zwei Prozent auf 16 Milliarden US-Dollar (12,1 Milliarden Euro). Der Gewinn fiel jedoch im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 18 Prozent auf 764 Millionen Dollar. Dell versucht, mit dem Ausbau des Servicegeschäfts dem Druck zu entkommen. *dpa/RB*