

Computer Reseller News

Die Zeitschrift für Fachhändler, Integratoren und Systemhäuser

CRN 23 / 3. Juni 2004

– SONDERDRUCK – TESTSIEGER

CRN Certified Program »Firewall-Anbieter«

Klein, aber fein

Über 120 zertifizierte Partner der sechs Firewall-Anbieter Astaro, Cisco, Gate Protect, Sonicwall, Symantec und Watchguard wurden befragt, wie sie die Fachhandelsunterstützung der Hersteller bewerten: Bei den beiden kleineren, deutschen Anbietern Astaro und Gate Protect zahlt sich die Nähe zum Markt aus: Mit Werten von 1,81 und 1,65 auf der Schulnotenskala erhielten sie Traumnoten. Aber auch die vier anderen Anbieter können mit dem Gütesiegel »CRN Certified Program« ausgezeichnet werden.

peter.marwan@crn.de

In einer aktuellen Studie befragte das Münchner Marktforschungsinstitut Infotab Research im Auftrag von CRN Partner der Firewall-Anbieter Astaro, Cisco, Gate Protect, Sonicwall, Symantec und Watchguard, wie sie die Fachhandelsunterstützung durch den für sie wichtigsten Firewall-Anbieter ein-

schätzen. Mit weitem Vorsprung schnitten dabei die beiden deutschen Teilnehmer am besten ab: Gate Protect erreichte eine exzellente 1,65 auf der Schulnotenskala, Astaro wurde mit 1,81 ebenfalls sehr gut bewertet. Um die Fachhandelsunterstützung von Cisco zu bewerten, wurden ausschließlich Partner mit Security-Zertifizierung befragt, jedoch aus allen drei Partnerstufen von Cisco: Premier, Silber und Gold. Der Netzwerkanbieter schaffte es so, sich als bestes der großen, international agierenden Unternehmen zu platzieren, auch wenn die Durchschnittsnote 2,33 etwas hinter den Ergebnissen zurückbleibt, die der Anbieter in vorangegangenen CRN-Umfragen erhielt.

Hinter Cisco folgen Sonicwall (2,36) und Watchguard (2,43). Schlusslicht ist der bekannteste Security-Anbieter: Symantec (2,46). Auch bei den Fragen nach Technischem Support (2,59), der Qua-

lität und Quantität der Unterstützung vor Ort (3,0), sowie Pre-Sales- (2,58) und Post-Sales-Support (2,79) zeigten die Befragten dem Hersteller die Rote Karte. Problematisch offenbar auch der Projektschutz. Die Note 2,95 macht Unzufriedenheit mit diesem Thema sichtbar.

14 : 4 für Gate Protect

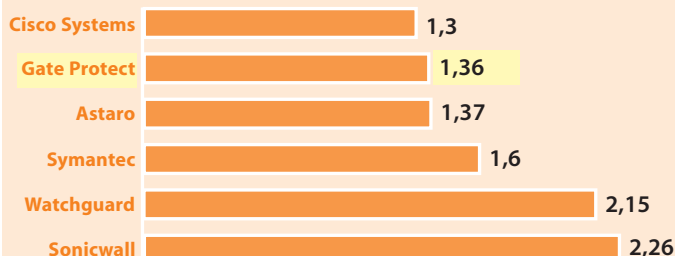
Der Hamburger Sportverein war in dieser Saison nur Mittelmaß, dafür hat die Hansestadt nun ein neues Aushängeschild: den Firewall-Anbieter Gate Protect. Die starke Leitung in der Betreuung der Vertriebspartner schlägt sich in den guten Noten nieder, die die Reseller in der CRN-Umfrage vergaben: In der gesamten Kategorie Soft Facts, also den weichen Faktoren in der Zusammenarbeit, wie Erreichbarkeit und Reaktionszeiten der Ansprechpartner oder auch Kompetenz und Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter glänzten die Hamburger mit Bestnoten. Ein ähnliches Bild auch bei den Hard Facts, also den konkreten, vertriebsunterstützenden Maßnahmen: In zehn von 14 Punkten ließ Gate Protect hier die Konkurrenz hinter sich.

Für viele überraschend sicher auch die positive Einschätzung der Partner, was die Implementierung von Standards in den Cisco-Produkten angeht: Mit der Note 1,63 lässt hier das Unternehmen fast den gesamten Wettbewerb hinter sich – lediglich Gate Protect kann gleichziehen.

Starke Marken sind gefragt

Wie beurteilen Sie den Ruf Ihres wichtigsten Firewall-Herstellers?

Basis: 128 Befragte, Schulnotenskala von 1 bis 6



Quelle: Channeltracks/CMP-WEKA research + consulting / © CRN-Grafik 23/2004

channeltracks
Marktforschung im ITX-Handel

Vertrauen ist im Geschäft mit Security ein hohes Gut: Cisco, Astaro und Gate Protect wird davon reichlich entgegengebracht, aber auch Symantec hat einen guten Leumund. Sonicwall und Watchguard müssten dagegen noch etwas für ihr Image tun

Im Test: Hersteller von Firewalls

					
Reseller News	Reseller News	Reseller News	Reseller News	Reseller News	Reseller News
Astaro	Cisco Systems	Gate Protect	Sonicwall	Symantec	Watchguard

Hard Facts: Bewertung der verkaufsunterstützenden Maßnahmen

Technischer Support	1,65	1,76	1,25	2,00	2,59	2,15
Unterstützung vor Ort	2,31	2,38	1,69	2,53	3,00	2,33
Presales Support	1,85	2,06	1,62	2,10	2,58	2,16
Postsales Support	1,89	2,32	1,23	2,28	2,79	2,37
Endkundenaktionen mit dem Hersteller	2,33	2,24	2,28	2,69	2,29	2,60
Weitergabe von Leads	2,37	3,61	2,18	3,82	2,88	3,50
Schulungen	1,79	2,06	2,10	2,05	2,06	2,42
Marketing-Unterstützung	2,20	2,35	1,96	2,20	1,85	3,10
Projektunterstützung	1,79	2,05	1,45	1,95	2,44	2,32
Finanzielle Unterstützung	3,00	3,25	2,54	3,54	3,08	3,47
Projektfinanzierung	2,00	2,60	2,50	3,24	3,00	3,91
Bereitstellung von Demogeräten/Demoinstall.	1,24	2,94	1,52	2,37	2,44	2,32
Projektschutz	1,60	2,89	1,44	2,19	2,95	1,93
Vermittlung der Zusammenarbeit mit anderen Partn.	2,00	2,63	2,38	3,38	3,29	2,42
Gesamtnote	2,00	2,51	1,87	2,60	2,66	2,64

Soft Facts: Bewertung der Zusammenarbeit

Qualität der Information durch den Hersteller	2,50	1,90	1,71	1,85	2,21	2,10
Form der Information	2,00	1,80	1,61	1,95	1,84	2,10
Telefonische Erreichbarkeit	1,45	2,55	1,36	2,40	2,68	2,55
Unterstützung bei Problemen	1,60	2,20	1,22	2,10	2,39	2,55
Kommunikation mit dem Hersteller	1,50	1,90	1,18	2,05	2,32	2,35
Reaktionszeit der Ansprechpartner	1,60	2,65	1,32	2,42	2,56	2,40
Fachliche Kompetenz der Mitarbeiter	1,50	1,80	1,39	1,72	2,16	1,95
Marktkompetenz der Mitarbeiter	2,12	2,26	2,04	2,11	2,22	2,15
Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter	1,25	2,00	1,14	1,68	1,84	1,70
Gesamtnote	1,72	2,12	1,44	2,03	2,25	2,21

Image des Herstellers

Nimmt die Kunden ernst	1,30	1,65	1,07	1,75	1,84	1,80
Ist ein fairer Geschäftspartner	1,20	2,30	1,15	1,80	1,85	2,00
Ist flexibel und unbürokratisch	1,50	2,90	1,50	2,35	2,90	2,55
Würde ich meinen Kollegen empfehlen	1,25	1,85	1,11	1,68	2,15	1,80
Fühle mich dort als Kunde gut aufgehoben	1,30	1,95	1,11	2,00	2,15	1,90
Hat einen guten Ruf	1,37	1,30	1,36	2,26	1,60	2,15
Gesamtnote	1,32	1,99	1,22	1,97	2,08	2,03
Gesamtnote total	1,81	2,33	1,65	2,36	2,46	2,43

CRN Certified Program

Die einzelnen Leistungen der Hersteller bewerten die befragten Reseller mit Schulnoten von eins bis sechs. Damit auf einen Blick erkennbar ist, welcher Firewall-Anbieter sich intensiv um den Channel bemüht, verleiht CRN die Auszeichnung »CRN Certified Program«. Beurteilt werden die Leistungen in drei Kategorien: vertriebsfördernde Maßnahmen (Hard Facts), Kooperationsverhal-

ten (Soft Facts) und Image. In die Endbeurteilung fließen Hard Facts als dreifache Wertung ein. Eine Auszeichnung erhält, wessen Angebot mit einer Gesamtnote besser als 2,50 bewertet wird. Weitere Informationen erteilt Frank Sautner, CMP-WEKA research+consulting, Tel. 08121 95-1595 E-Mail: frank.sautner@cmp-weka.de

Quelle: CMP-WEKA research + consulting / © CRN-Grafik 23/2004