

Artec sucht Schweizer Partner

Seit knapp sechs Jahren versucht sich Artec auf dem Schweizer Markt. Seit zwei Jahren arbeitet das deutsche Unternehmen mit dem Distributor Zibris zusammen. Gemeinsam wollen die beiden jetzt den Schweizer Channel beackern. Autor: David Klier

Rechtskonforme Langzeitarchivierung. Das klingt abstrakt und kompliziert. Die Grundidee ist allerdings simpel. Es geht darum, Daten in einer nicht manipulierbaren Form aufzubewahren. Und das während 10, 20 oder sogar 50 Jahren.

Das deutsche Unternehmen Artec beschäftigt sich seit rund 20 Jahren mit genau diesem Thema. Das Ergebnis: das Enterprise Managed Archive, kurz EMA. Komplet in Deutschland entwickelt und produziert. Das Gerät archiviert E-Mails, Dokumente und sogar Sprachaufzeichnungen. Verschlüsselt und deshalb rechtskonform, sagt der Hersteller. Seit knapp sechs Jahren bewegt sich Artec im Schweizer Markt. Erste Projekte setzte das Unternehmen mit dem Urdorfer Systemintegrator Diwega um, wie Ramón J. Baca González, Sales Manager EMEA bei Artec, sagt.

Exklusivvertrag für Zibris

Für Diwega ist das EMA von Artec «ein Produkt, welches das Storage- und Back-up-Portfolio ideal um die Funktion Archivierung erweitert», sagt René Juchli, Teilhaber von Diwega. Der Integrator kann das System nach eigenen Angaben ohne grossen Aufwand in die bestehende IT-Infrastruktur beim Kunden einbinden. Dort lässt es sich vom Benutzer sehr einfach bedienen, wie Juchli sagt.

Artec sucht nun nach weiteren Partnern wie Diwega. Der erste Schritt in diese Richtung erfolgte vor gut zwei Jahren. Damals nahm Artec den Rothenburger Distributor Zibris unter Vertrag. Weil die Zusammenarbeit mit dem Disti gut lief, hält Zibris seit August dieses Jahres das exklusive Vertriebsrecht für die Schweiz. Mit Zibris will Artec ein kleines Netz aus Schweizer Resellern aufbauen. Wenige, etwa 10 bis 15, qualitativ hochwertige Partner will González.

Mehr als nur «ein bisschen Software platzieren»

Wie sieht so ein Partner aus? «Er sollte Know-how im Consulting haben», sagt González. «Er sollte über den Tellerrand hinaus schauen können, um die Prozesse und Philosophie eines Unternehmens, seines Kunden, verstehen zu können.»

Denn im Archivierungsmarkt, gehe es nicht darum, «ein bisschen Software zu platzieren». Es gehöre sehr viel Beratung dazu. «Der Partner berührt mit unserem System jegliche Bereiche eines Unternehmens», sagt González. «Bei der Mail-Ar-

chivierung den Mail-Server, bei der Print-Archivierung den Print-Server und Netzwerkdrucker, bei der Voice-Archivierung die Telefonanlage, bei der Scan-Archivierung die Eingangspost.»

Dreistufiges Partnerprogramm

Damit sich ein Partner in all diesen Bereichen zurechtfinde, sollte er ein gewisses Standard-Know-how haben, sagt González. Die Lösung sei andererseits so simpel gehalten, dass der Kunde das System sogar selbst installieren könne. Laut González passiert das häufig: «Die Box kommt fertig konfiguriert. Ich muss ihr nur sagen, wo sie zuhause ist und was ihr Job ist.» Der Kunde müsse nicht seine komplette Infrastruktur überholen. Das EMA funktioniere mit den bestehenden Systemen. Quasi Plug and Play.

Was bietet Artec seinen Partnern? Es gibt ein dreistufiges Partnerprogramm und ein Partnerportal mit Projektregistrierung. Für die drei Partnerstufen gelten unterschiedlich hohe Anforderungen. Je nach Stufe erhalten die Partner Rabatte zwischen 20 und 30 Prozent sowie Unterstützung für Marketing und Vertrieb. Dazu kommen Produktschulungen und Trainings.

Zwei neue Partner konnten Artec und Zibris so offenbar für sich gewinnen. Einer davon ist Creanet Internet Service. «Wir sind überzeugt, dass heute jede Firma eine rechtskonforme Archivierung benötigt», sagt Yvan Jeanmonod, CEO von Creanet. Das Thema habe bei vielen von Creanets Kunden höchste Priorität. Mit dem EMA von Artec hofft Jeanmonod, viele Neukunden zu gewinnen.

Der zweite ist BSR + Partner. Der Storage-Anbieter stieg laut Markus Stotz, Partner Development Manager bei Zibris, direkt auf der zweiten Stufe als Advanced-Partner ein. BSR lasse seine Leute in Frankfurt schulen und investiere «ziemlich viel». BSR sei davon überzeugt, dass jetzt der richtige Zeitpunkt dafür ist, in Archivierung und Big Data einzusteigen, sagt Stotz.

Markus Stotz (l.), Partner Development Manager bei Zibris, und Ramón J. Baca González, Sales Manager EMEA bei Artec.



Artikel online:
auf www.it-markt.ch
■ Webcode 3766