

«Der Fokus liegt immer auf Enablement»



4. Juli 2026 - Das Security-Umfeld entwickelt sich rasant weiter, die technologische Komplexität nimmt laufend zu. Marissa Damerou, Country Managing Director Switzerland von Exclusive Networks, erklärt, wie der Distributor seine Partner hierbei mit zusätzlichen Services unterstützt.

«IT Reseller»: Fast die Hälfte des Jahres ist bereits vorbei. Wie zufrieden ist man mit dem Geschäftsverlauf von Exclusive Networks Schweiz?

Marissa Damerou: Wir sind sehr zufrieden. Bereits 2025 konnten wir ein gutes Ergebnis erzielen, und auch das erste Halbjahr 2026 verläuft sehr erfolgreich. Dazu tragen auch mehrere Grossprojekte bei, die wir gemeinsam mit unseren Partnern umsetzen.

Gleichzeitig hört man aus dem Markt immer wieder, dass Projekte aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten verschoben werden. Spüren Sie das ebenfalls?

Aus unserer Sicht zeigt sich das in den Zahlen derzeit nicht. Wir verzeichnen ein starkes Wachstum. Natürlich hören wir von Partnern, dass einzelne Projekte zurückgestellt werden. Das ist durchaus ein Thema im Markt. Unser Portfolio ist allerdings stark auf Enterprise-Hersteller und projektgetriebene Geschäftsfelder ausgerichtet. Entsprechend profitieren wir weiterhin von grösseren Projekten, die umgesetzt werden.

Wie beurteilen Sie die Stimmung bei Ihren Partnern? Wo liegen aktuell die Herausforderungen?

Die grössten Herausforderungen sehe ich vor allem auf der technologischen Seite. Das Security-Umfeld entwickelt sich sehr schnell weiter, KI wirkt hier zusätzlich als Beschleuniger, und die Komplexität steigt. Hinzu kommt die zunehmende Konsolidierung von Technologien und Plattformen. Dadurch steigen die Anforderungen an die Partner. Sie müssen immer mehr Know-how aufbauen und komplexere Lösungen beherrschen. Genau hier wollen wir unsere Partner unterstützen. In den vergangenen Jahren haben wir unser Service-Angebot gezielt ausgebaut, um fehlende Ressourcen oder Spezialwissen zu ergänzen. Das reicht von technischen Dienstleistungen über Managed Services bis hin zu Presales--Unterstützung.

Können Sie das etwas konkretisieren?

Viele Partner verfügen beispielsweise nicht über ein eigenes Security Operations Center. In solchen Fällen können wir entsprechende Services bereitstellen. Gleichzeitig profitieren unsere Partner von unserem internationalen Netzwerk. Als global tätiger Spezialdistributor haben wir weltweit Zugriff auf technisches Know-how und Spezialisten für unterschiedliche Technologien. Mit Engineer as a Service und Provisioning as a Service erweitern wir unser Angebot um flexible technische Services für Planung, Implementierung und Bereitstellung. Daneben unterstützen wir auch bei Schulungen und Enablement-Massnahmen. Dabei geht es nicht nur um technische Trainings, sondern auch darum, über Sales-Use-Case-Schulungen Vertriebsmitarbeitende in die Lage zu versetzen, die richtigen Anwendungsfälle zu identifizieren und Kundenprobleme gezielt zu adressieren. Am Ende geht es darum, dass wir Partner dabei unterstützen wollen, Lösungen statt einzelner Produkte zu verkaufen. Weitere Beispiele für Unterstützung betreffen den Bereich Marketing, wo gerade stark technologiegetriebene Partner froh sind, wenn wir Hilfestellung bieten können, oder auch Finanzierungsservices, die zunehmend an Bedeutung gewinnen, weil die Partner ihre Liquidität hochhalten wollen. Hier offerieren wir unseren Partnern beispielsweise, dass wir mehrjährige Verträge vorfinanzieren – im Sinne eines Prepayments an den Hersteller, das wir dem Partner dann jährlich verrechnen. Dadurch kann er Capex- und Opex-Kosten umwandeln, und das sehr unbürokratisch.

Sie haben die Konsolidierung im Security-Markt angesprochen. Was verstehen Sie darunter?

Zum einen sehen wir eine Konsolidierung auf Herstellerseite. Viele Anbieter entwickeln sich zunehmend zu Plattformanbietern und decken immer mehr Funktionen innerhalb einer Lösung ab. Zum anderen findet auch eine technologische Konsolidierung statt. Moderne Security-Plattformen vereinen unterschiedliche Funktionen und Datenquellen.

Müsste eine stärkere Plattformstrategie langfristig nicht zu einer Vereinfachung führen?

Das ist sicherlich das Ziel vieler Hersteller. Allerdings: Bereits die Möglichkeiten eines einzelnen Plattformanbieters vollständig zu verstehen, ist anspruchsvoll. In der Praxis bestehen Kundenumgebungen zudem weiterhin aus unterschiedlichen Technologien verschiedener Anbieter, es braucht Integrationen mit bestehenden Infrastruktur- und Security-Lösungen. Die Komplexität bleibt deshalb insgesamt hoch, Partner müssen weiterhin mehrere zunehmend komplexe Technologien verstehen und miteinander kombinieren können, um Kunden optimal beraten zu können.

Hat sich die Situation bezüglich Fachkräftemangel aus Ihrer Sicht zuletzt etwas entspannt?

In meinen Augen leider nicht. Gerade spezialisierte Fachkräfte sind nach wie vor sehr gefragt. Die Auftragslage ist weiterhin gut und gleichzeitig nimmt die technologische Komplexität wie eben erwähnt zu.

Dadurch steigt der Bedarf an Mitarbeitenden mit entsprechendem Know-how. Und genau darum sehen wir uns als wichtigen Baustein für unsere Partner: Wir wollen Partner mit Dienstleistungen unterstützen, damit sie nicht sämtliche Kompetenzen selbst aufbauen müssen, sondern bei Bedarf auf unsere Ressourcen zurückgreifen können.

Welche Unterstützung ist angesichts der steigenden Komplexität besonders gefragt?

Das ist sehr unterschiedlich und hängt stark vom jeweiligen Partner ab, darum ist es uns ein Anliegen, ein möglichst breites Angebot an Unterstützung zu offerieren. Ein Infrastrukturpartner kann beispielsweise eine starke Vertriebsorganisation haben, aber bei bestimmten Security-Technologien noch nicht über die notwendigen technischen Ressourcen verfügen. In solchen Fällen unterstützen wir bei der Implementierung, bei Schulungen oder bei Zertifizierungen. So können Partner neue Technologien bereits positionieren und parallel das nötige Know-how aufbauen. Ein anderer Partner bringt vielleicht auf technischer Seite viel mit, benötigt aber Unterstützung im Bereich Presales. Presales-Leistungen sind für Partner in der Regel nicht direkt verrechenbar, gleichzeitig fehlen oft die personellen Ressourcen. Hier unterstützen wir mit Architekturberatung, bei Offerten oder bei der Validierung von Lösungen.

Wo ziehen Sie die Grenzen der Unterstützung? Schliesslich sollen die Partner ihre Projekte selbst umsetzen und nicht die Arbeit auslagern.

Unser Fokus liegt klar auf dem Enablement, das Befähigen und der Wissenstransfer stehen im Vordergrund. Wenn wir beispielsweise bei einer Installation unterstützen, dann immer gemeinsam mit dem Partner. Wir zeigen auf, wie etwas funktioniert, damit er das Wissen anschliessend selbst einsetzen kann. Oder wir helfen dabei, kurzfristige Ressourcenengpässe zu überbrücken. Es geht nicht darum, dauerhaft Dienstleistungen anstelle des Partners zu erbringen, und der Endkunde wird nie unser Kunde sein.

Nichtsdestotrotz: Gibt es Partner, die sich zu sehr auf diese Unterstützung verlassen und den Aufbau eigener Kompetenzen vernachlässigen?

Diese Erfahrung habe ich bislang nicht gemacht. Im Gegenteil: Die Partner möchten ihre Kompetenzen beim Endkunden unter Beweis stellen, denn genau diese Kompetenzen haben ihm zum Auftrag verholfen. Genau darin liegt letztlich auch der Mehrwert des Channels für die Hersteller: Sie profitieren von Partnern, die über das notwendige Know-how verfügen und ihre Kunden entlang des gesamten Projektzyklus begleiten können. Reines Reselling ist kaum mehr gefragt. Unser Ziel ist immer, den Partner zu stärken und ihm die Fähigkeiten zu vermitteln, damit er Projekte künftig selbstständig umsetzen kann.

Exclusive Networks hat die technischen Services, die für die Schweizer Partner erbracht werden, zuletzt laufend ausgebaut. In welche Bereiche wurde hierbei besonders investiert?

Ein wichtiger Bereich ist der technische Presales-Support. Dank unserer europäischen Organisation konnten wir schon länger auf Spezialisten aus anderen Ländern zurückgreifen. Inzwischen verfügen wir aber auch in der Schweiz über lokale Presales-Ressourcen, die Partner in ihrer Sprache und mit einem guten Verständnis des hiesigen Marktes unterstützen. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Support. In diesem Bereich haben wir gezielt Kompetenzen aufgebaut. Für einzelne Hersteller bieten wir heute eigene Support-Dienstleistungen an. Partner können beispielsweise statt des Hersteller-Supports den Support von Exclusive Networks beziehen. Dieser ist oftmals kostengünstiger und kann gleichzeitig einen Wettbewerbsvorteil in Projekten darstellen. Darüber hinaus haben wir unser Trainingsangebot weiter ausgebaut. Gemeinsam mit unserem Trainingsnetzwerk in Zentraleuropa bieten wir sowohl Präsenzs Schulungen in lokalen Sprachen als auch ein breites Angebot an Online-Trainings an. Das ist gerade in der Schweiz mit ihren unterschiedlichen Sprachregionen ein wichtiger Faktor.

Exclusive Networks hat die Zahl der Mitarbeitenden in der Schweiz zuletzt laufend ausgebaut, um

diese Dienstleistungen erbringen zu können. Wie schwierig ist es für Sie selbst, Mitarbeitende zu finden?

Wir haben in den vergangenen sechs Monaten mehrere neue Mitarbeitende eingestellt. Diese zu finden, ist auch für uns nicht immer einfach, allerdings profitieren wir davon, dass viele unserer Mitarbeitenden seit Jahren in der Branche tätig sind und über ein entsprechendes Netzwerk verfügen. Zudem bietet ein Distributor ein sehr breites Umfeld. Mitarbeitende kommen mit vielen Herstellern und Partnern in Kontakt und erhalten einen guten Überblick über den Markt. Durch unser Portfolio mit 24 Herstellern ist die Arbeit ausserdem sehr vielseitig. Gleichzeitig gibt es zahlreiche Möglichkeiten zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung. Als vergleichsweise kleine Schweizer Organisation mit rund 20 Mitarbeitenden verfügen wir zudem über viel Eigenständigkeit. Entscheidungen werden lokal getroffen und Mitarbeitende können eigene Ideen einbringen und das Geschäft aktiv mitgestalten. Das macht die Arbeit bei uns attraktiv und ist letztlich auch mit ein Grund, warum ich bei Exclusive Networks bin.

Ich möchte noch auf das Thema Business Development zu sprechen kommen. Wenn ein Partner in ein neues Geschäftsfeld vorstossen möchte, ihm aber noch das nötige Know-how fehlt – wie weit geht Ihre Unterstützung?

Das Ziel muss auch bei neuen Geschäftsfeldern immer sein, dass der Partner langfristig selbstständig agieren kann. Wie der Weg dorthin aussieht, ist allerdings sehr individuell. Gemeinsam mit dem Partner definieren wir einen Plan und entscheiden, welche Unterstützung sinnvoll ist. Dabei können wir auch in Vorleistung gehen. Gleichzeitig ist es wichtig, dass der Partner eigene Ressourcen einbindet und das notwendige Know-how aufbaut. Der Fokus liegt immer auf Enablement.

Gerade bei komplexen Projekten kann auch die Kollaboration mehrerer Partner mit unterschiedlichen Stärken sinnvoll sein. Welche Rolle nehmen Sie dabei ein, und wie gut funktioniert diese Zusammenarbeit aus Ihrer Sicht?

Die Zusammenarbeit unter Partnern kommt regelmässig vor. Manche Partner entscheiden bewusst, bestimmte Kompetenzen nicht selbst aufzubauen, und arbeiten stattdessen mit Spezialisten zusammen. Wir übernehmen dabei durchaus auch eine vermittelnde Rolle. Durch unsere Marktkenntnis wissen wir, welche Partner in welchen Bereichen über besondere Kompetenzen verfügen, und können entsprechende Kontakte herstellen. Wie gut solche Kooperationen funktionieren, hängt aber immer auch von den beteiligten Unternehmen und Personen ab. Es gibt Partnerschaften, die sehr gut funktionieren, und andere, bei denen die Zurückhaltung grösser ist. Entscheidend ist letztlich, dass alle Beteiligten ein gemeinsames Ziel verfolgen und der Endkunde von der Zusammenarbeit profitiert.

Zum Abschluss noch: Wie blicken Sie aufs zweite Halbjahr, und was hat Exclusive Networks Schweiz für 2026 noch in petto?

Wir verfolgen weiterhin ambitionierte Wachstumsziele und investieren entsprechend in die Schweizer Organisation. Aktuell haben wir vier offene Stellen, insbesondere im Sales- und Inside-Sales-Bereich. Gleichzeitig werden wir unser Service-Angebot weiter ausbauen. Ein wichtiger Bereich sind dabei unsere internationalen Dienstleistungen. Als global tätiger Spezialdistributor können wir auch komplexe internationale Projekte unterstützen und greifen dabei auf spezialisierte logistische Strukturen wie unseren Global Deal Desk sowie XPS für flexible Finanzierungsmodelle zurück. Der Global Deal Desk bündelt die Expertise eines spezialisierten internationalen Teams und unterstützt Partner bei der Steuerung komplexer, länderübergreifender Projekte – mit zentralem Deal Management, globaler Koordination und Liefermöglichkeiten in mehr als 170 Ländern. Gerade diese Services stellen für viele Hersteller und Partner einen wichtigen Mehrwert dar und werden auch künftig ein Schwerpunkt unserer Strategie sein.