

Channel Insight: Technologie ist austauschbar, Vertrauen nicht



4. Juli 2026 - Cornelia Lehle, G Data Cyberdefense

Bei der Suche nach einem neuen IT-Dienstleister entscheiden Unternehmen meistens auf Basis harter Fakten: Preise, Features, Zertifikate oder Service Level Agreements. Doch wenn eine Partnerschaft auf die Probe gestellt wird, etwa weil ein Projekt stockt oder kritische Entscheidungen getroffen werden müssen, rückt eine andere Frage in den Vordergrund: Wie gross ist das gegenseitige Vertrauen?

Das Problem dabei: Vertrauen wird nicht in Krisensituationen aufgebaut, sondern in der Krise erst sichtbar. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit entsteht im Geschäftsalltag durch eingehaltene Zusagen, transparente Kommunikation, ehrliche Beratung und realistische Erwartungen statt überzogener Versprechen. Im Laufe der Kooperation erinnern sich Kunden meist stärker an den professionellen Umgang mit Herausforderungen als an perfekte Projekte.

Aktuell hat das Thema Vertrauen stark an Bedeutung gewonnen. Ein Treiber sind dabei natürlich die aktuellen Krisen in der Welt. Hinzu kommt, dass Unternehmen aller Grössen immer mehr auslagern. Dabei suchen sie nicht mehr nur einen Technologiepartner für Managed Services, Security Operations oder Cloud-Umgebungen, sondern auch einen vertrauensvollen Dienstleister. In Gesprächen mit Kunden und Partnern nehme ich aktuell eine veränderte Erwartungshaltung wahr. Kunden wollen nicht nur technische Exzellenz, sondern einen Partner, der dauerhaft erreichbar ist und verantwortlich sowie zuverlässig handelt. Dabei bedeutet Zuverlässigkeit in diesem Zusammenhang mehr als das Einhalten von Service Level Agreements. Sie zeigt sich dann, wenn Situationen nicht nach Plan verlaufen.

Aus meiner langjährigen Erfahrung stellen selten die Fehler selbst die grösste Belastungsprobe für Kundenbeziehungen dar, sondern der Umgang mit ihnen. Wer -Probleme verschweigt oder zu spät kommuniziert, verliert Glaubwürdigkeit. Wer aber transparent informiert und Lösungen anbietet, stärkt oft sogar die Beziehung. Vertrauen entsteht dort, wo Ehrlichkeit wichtiger ist als kurzfristige Schadensbegrenzung.

Cornelia Lehle

Cornelia Lehle ist seit Dezember 2020 Head of Sales bei G Data Cyberdefense und verantwortet den Vertrieb in der DACH-Region. Zuvor leitete die Betriebswirtin bereits seit 2014 den Vertrieb in der Schweiz und in Österreich für das deutsche Cyber-Defense-Unternehmen. Für den Antiviren-Software-Hersteller Avira war Cornelia Lehle von 2006 bis 2014 für den weltweiten Partnervertrieb verantwortlich.

Erfolgreiche Reseller und IT-Dienstleister denken nicht von Quartal zu Quartal, sondern setzen auf langfristige Beziehungen zu ihren Kunden. Das gelingt, wenn sie strategisch beraten, statt nur Produkte zu verkaufen oder auch einmal von einer Lösung abraten, wenn sie nicht passt. Wer konsequent das Interesse der Kunden in den Vordergrund stellt, schafft die Grundlage für langfristige Zusammenarbeit.

Während sich Technologien ständig verändern, ist Vertrauen langlebiger und belastbarer. In einer Branche, die von Innovation und Geschwindigkeit geprägt ist, wird Zuverlässigkeit zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal. Kunden suchen Partner, auf die sie sich verlassen können – nicht nur heute, sondern auch morgen. Vertrauen lässt sich weder einkaufen noch automatisieren. Es wächst durch konsequentes Handeln. Genau deshalb ist Vertrauen einer der wertvollsten Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit zwischen Kunden und Dienstleistern.