

Neue DLP-Lösung für den Mittelstand Kaspersky-Tochter Infowatch startet zweiten Versuch

von *Karena Friedrich*
CRN.de, 18.06.2009

In Russland längst erfolgreich, wagte Infowatch vor zwei Jahren erste Gehversuche in Deutschland: Die scheiterten bisher auch aufgrund eines fehlenden Partnernetzes. Nun startet die Kaspersky-Tochter einen zweiten Anlauf mit Einstiegsangeboten für Reseller und einer abgespeckten Mittelstandslösung.

Bereits vor zwei Jahren unternahm die deutsche Kaspersky- Niederlassung den Versuch, mit der Tochtergesellschaft Infowatch verstärkt Großkunden anzusprechen. Die in Russland bereits erfolgreiche Tochterfirma ist auf Compliance-Themen, insbesondere auf Data Leakage Protection- (DLP-)Lösungen, spezialisiert. Diese sollen Bedrohungen aus dem Inneren eines Unternehmens durch Datenklau oder Datenverlust abwehren.

Obwohl die Nachfrage bei Systemhäusern und Endkunden beständig steigt, gelang es Infowatch bisher nicht, das Geschäft im deutschen Markt zu zünden. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Die komplexen DLP-Lösungen sind so beratungsintensiv, dass sie von Systemhäusern eine hohe Anfangsinvestition in Schulungen und Personal fordern.

Angesichts der schwierigen Wirtschaftslage wagen aber nur wenige den Schritt in das vergleichsweise kostspielige Terrain. »Wir haben auf der vergangenen CeBIT ein extrem hohes Interesse bei potenziellen Partnern festgestellt, aber vielen fehlt das nötige Budget für Schulungen«, sagt Michael Gramse, seit Februar verantwortlicher Sales Manager bei Infowatch Deutschland. Darum hat sich der Hersteller entschlossen, die Einstiegshürde zu senken und interessierten Systemhäusern kostenlose Schulungen anzubieten. Die jeweils zweitägigen Sales- und dreitägigen Techniktrainings führt Infowatch beim Interessenten vor Ort durch, sodass auch hier der Kostenaufwand auf Seiten des Partners so gering wie möglich bleibt. Für alle, die nach dem Pflichtprogramm noch tiefer in das DLP-Thema einsteigen wollen, bietet das Unternehmen eine zweite Trainingseinheit in Moskau an, bei der sich der Mitarbeiter mit Experten vor Ort austauschen und an echten Bedrohungsfällen lernen kann.

Dass das Problem Datenverlust von innen in vielen Unternehmen zwar eine hohe Brisanz hat, aber noch relativ unbesetzt ist, sieht Gramse als große Chance für Partner: »Das Thema DLP kann als Türöffner fungieren und Resellern dabei helfen, größere Unternehmen anzusprechen. « Um eine einfache Teststellung zu ermöglichen, bietet Infowatch auch die Möglichkeit, die Software auf einer Appliance beim Kunden zu installieren.

Um auch die große Basis der kleinen und mittelständischen Unternehmen zu erreichen, hat Infowatch ab 1. Juni auch eine abgespeckte Lösung für Kunden mit 25 bis 500 Mitarbeitern im Angebot. Neuen Partnern bietet Gramse – ohne den Umweg über die Distribution – Unterstützung bei Presales, Implementierung und Support. Einen ersten Erfolg kann Gramse bereits verbuchen: Seit kurzem schützt sich ein Bundesligaverein mit Infowatch.

<http://www.crn.de/security/artikel-37998.html>