

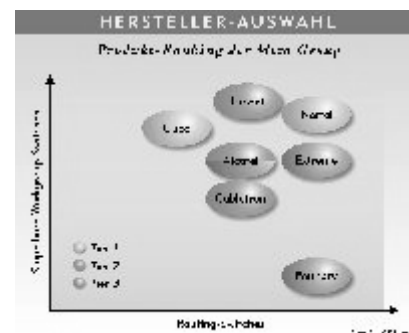
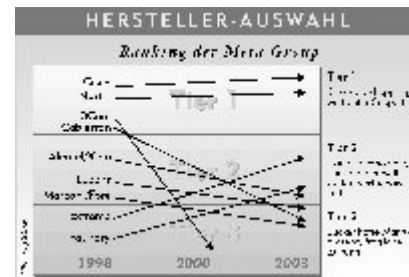
COMPUTERWOCHE, EXTRA und focus!

Dieser Bereich wird Ihnen präsentiert mit der freundlichen Unterstützung von NCR

**Das Jahr 2000 im Netzwerkmarkt
Die Kapriolen der Hersteller verunsichern
die Anwender**

MÜNCHEN (jha) - Das Jahr 2000 wird bei wenigstens drei Netzherstellern als Jahr des Umbruchs in die Firmenannalen eingehen. Lucent, 3Com und Cabletron haben sich zum Teil sehr rigoros vom Anspruch eines Vollsortimenters verabschiedet. Unter Anwendern und Beratern haben diese Schritte einen Vertrauensverlust bewirkt. Die betroffenen Hersteller werden künftig einen schweren Stand haben.

3Com lieferte im März dieses Jahres ein Paradebeispiel dafür, wie man seinen Abschied nicht gestalten sollte. Völlig überraschend und kurzfristig kehrte der Hersteller nach schwachen Geschäftsergebnissen dem Markt für Unternehmenskunden den Rücken. "3Com hinterließ unter Beratern und Anwendern verbrannte Erde", meint Klaus Becker, ehrenamtlicher Vorsitzender der Benutzergruppe Netzwerke (BGNW) und hauptberuflich Berater bei Becker Training und Consulting in Mering. Produktlinien, darunter die von Großanwendern eingesetzte "Corebuilder"-Familie, wurden innerhalb sehr kurzer Übergangszeiten eingestellt. Der großspurig angekündigte Migrationspfad zu Switches von Extreme Networks erwies sich zumindest für alle ATM-Anwender als schlechter Scherz.



Nach einer solchen Aktion kann 3Com nicht mehr erwarten, als Lieferant für unternehmenskritische Netzkomponenten noch ernsthaft in Betracht gezogen zu werden - dem einst verfolgten Traum vom End-to-End-Anbieter setzte das Unternehmen selbst ein jähes Ende. Zwar stand der Hersteller mit einer solchen Entscheidung im ablaufenden Jahr nicht allein da, er vollzog diesen Schnitt allerdings am radikalsten und schmerzhaftesten für die Anwender.

Etwas sanfter gestaltete Cabletron seine Umstrukturierung, in deren Verlauf zwar keine Produktlinie eingestellt wurde, der das Unternehmen selbst jedoch mehr oder minder zum Opfer fiel: Cabletron gibt es heute nur noch als produktfreie Dachorganisation. Lösungslieferanten sind die vier separaten Töchter Aprisma (System- und Netz-Management), Riverstone (Carrier-Equipment für den MAN-Bereich), Enterasys (Unternehmensnetze) und Global Network Technology Services (Beratung).

Den schon Ende 1999 angekündigten und sinnvollen Schritt der "Spectrum"-Ausgründung in Aprisma vollzog Cabletron Anfang des Jahres, doch was im Februar 2000 folgte, kam überraschend: Die Zerschlagung des Unternehmens in drei weitere Töchter war nicht vorhersehbar, denn immerhin hatte auch Cabletron lange Zeit mit neuen Lösungen für den Internet-Service-Provider-Markt und der Übernahme von Digital Equipments Netzwerkabteilung einen ganzheitlichen Lösungsansatz verfolgt.

Seit der Aufspaltung bemühen sich nun Riverstone im WAN-Markt und Enterasys bei Unternehmenskunden um ein eigenes Profil. Beide haben dabei keinen leichten Stand. Riverstone ist noch relativ unbekannt in seinem Marktsegment, und Enterasys muss von Cabletron verschlafene Trends beim Switching wettmachen.

Der dritte große Anbieter, der den Traum des End-to-End-Networking in diesem Jahr mit einer

Ausgründung beendete, war Lucent. Im Juli ließ der Elektronikkonzern die für Unternehmenskunden zuständige Enterprise Networks Group unter dem Namen Avaya vom Stapel, das Geschäft mit Carrier-Equipment verblieb bei der Mutter. "Lucent hat den Ansatz des End-to-End-Networking wohl deshalb aufgegeben, weil der Konzern einfach zu groß geworden ist. Avaya kann sich als eigenständiger Anbieter eine bessere Marktposition bei den Großkunden erarbeiten", meint Petra Borowka, unabhängige Beraterin für Netzwerke in Aachen.

Obwohl große und wichtige Hersteller dem End-to-End-Ansatz den Rücken gekehrt haben, wäre es falsch, von einem Trend zu sprechen. Dafür war die Schar der potenziellen Anbieter, die überhaupt in der Lage sind, ein solches Ziel zu erreichen, schon immer viel zu klein. Allenfalls ein gutes halbes Dutzend Unternehmen hatte oder hat die Finanzkraft, ein solches Mammutprojekt zu stemmen. Nach dem Ausscheiden von Cabletron, Lucent und 3Com bleiben nur noch Cisco, Nortel, Alcatel, Marconi und mit kräftigen Abstrichen Siemens ("Die sind am Markt nicht präsent, was eigene Internet-Working-Produkte betrifft", so Borowka) übrig. Diese Anbieter allerdings erhöhten den Rhythmus ihrer Akquisitionen.

Eine unglückliche Figur machte im ablaufenden Jahr Nortel Networks. Marktkenner bescheinigen dem Unternehmen ein ausgereiftes und zukunftsweisendes Portfolio. Der unabhängige Unternehmensberater Franz-Joachim Kauffels, Aachen, gerät nahezu ins Schwärmen: "Die Fusion von Northern Telecom und Bay Networks ist beispielhaft. Der Konzern ist in der Lage, eine vollständige Produktpalette anzubieten."

Dennoch strafen die Anleger das kanadische Unternehmen regelmäßig mit Kursabschlägen. Im November brach das Papier nach der Veröffentlichung der Quartalsergebnisse um 29 Prozent ein. Trotz deutlich gestiegenem Umsatz und Gewinn enttäuschten die Kanadier die Analysten: Nortel hatte im Bereich der optischen Netze "nur" um 90 Prozent zugelegt, die Analysten waren von 125 Prozent ausgegangen.

Wichtige Akquisitionen dieses Jahres waren der Layer-4- bis -7-Switch-Hersteller Alteon Websystems, der im August für 7,8 Milliarden Dollar unter das Nortel-Dach wechselte, sowie die Anbieter Xros (3,25 Milliarden Dollar), Coretek (1,43 Milliarden Dollar) und Photonic Technologies (35,5 Millionen Dollar). Die letzten drei Unternehmen sind allesamt Hersteller optischer Komponenten. Sie sollen Nortels ohnehin schon sehr starke Position im Markt für Glasfasernetze weiter verbessern.

Trotz nahezu 90 Prozent Marktanteil im zukunfts- und umsatzträchtigen Markt für die optische Übertragung ist Nortel Analystenschelte gewohnt. Für Cisco hingegen dürfte der Rüffel der Investoren eine neue Erfahrung sein. Jahrelang sonnte sich der Networking-Krösus im Glanze seines Erfolges, in diesem Jahr setzte es erstmals Prügel - und das lag nicht daran, dass Cisco das selbstgesteckte Ziel von 25 Akquisitionen im Jahr 2000 vermutlich verfehlen wird (Stand bei Redaktionsschluss: 23 Übernahmen).

Was den Marktbeobachtern bitter aufstößt, ist die wenig erfolgreiche und undurchsichtige Akquisitionsstrategie im Bereich der optischen Kommunikation. Eine Lücke im Portfolio haben die Verantwortlichen schon Ende letzten Jahres eingestanden, als sie mitteilten, diese Schwachstelle durch gezielte Firmenzukäufe beheben zu wollen. Die blieben jedoch im Jahr 2000 nahezu aus. Lediglich der MDWDM-Spezialist (MDWDM = Metropolitan Dense Wave Division Multiplexing) Qeyton wurde für 800 Millionen Dollar übernommen. Auf der Habenseite findet sich sonst nur noch eine Kooperation mit dem Glasfaserhersteller Corning, die im vergangenen Monat geschlossen wurde.

Cisco ist dennoch der Hersteller, der am ehesten als Ende-zu-Ende-Anbieter wahrgenommen und als solcher von den Anwendern geschätzt wird. Für den Marktführer darf dieses Kompliment dennoch kein Anlass sein, sich auszuruhen, denn es grummelt in der Kundschaft. Das Betriebssystem Internetworking Operating System (IOS) ist Gegenstand von Unmutsbekundungen, denn "die Software hat mittlerweile eine Größe erreicht, die jede Änderung zu einer strategischen Aufgabe macht", kritisiert Kauffels. BGNW-Vorstand Becker bestätigt: "Die vielen Updates und Erweiterungen sind problematisch. Sie machen das System manchmal instabil."

Trotzdem starrt die gesamte Branche neidvoll auf den Marktführer, denn trotz der Abstriche bei der optischen und drahtlosen Übertragung schätzen ihn die Anwender als Vollsortimenter. Um ein solches Image bemüht sich auch der britische Newcomer Marconi. "Die haben in den letzten eineinhalb Jahren heftig Internetworking-Hersteller eingekauft", meint Borowka. Fore Systems war bereits gekauft worden, zudem verkauft Marconi Avaya-Produkte als OEM. In den letzten zwölf Monaten gesellten sich eher kleinere Anbieter wie der Sicherheitsspezialist Xcert, das

Beratungshaus MSI, der Datenzentren-Betreiber Systems Management Specialists und der TK-Dienstleister Albany hinzu.

Marconi und Alcatel: unscharfes Profil
Marconi hat es aber versäumt, sich ein klares Profil zu verschaffen. Der im Markt etablierte Name Fore Systems verschwand in der Versenkung, und trotz intensiver Marketing-Maßnahmen in diesem Jahr spielt Marconi noch keine entscheidende Rolle im Netzwerkmarkt für Unternehmenskunden. Dass beispielsweise die Meta Group Marconi in ihren Analysen lange Zeit vernachlässigte, lag nicht allein daran, dass die US-Analysten gern ihr Augenmerk auf den amerikanischen Markt richten und in Europa stark vertretene Hersteller ignorieren. Zurzeit ist noch nicht eindeutig zu erkennen, ob Marconi neben dem Carrier- und ISP-Markt auch das Geschäft mit Unternehmenskunden ernsthaft erschließen möchte.

Das Problem der mangelnden Wahrnehmung durch US-Analysten beschäftigt Alcatel dank einer Reihe von Akquisitionen in Amerika nicht so sehr. In diesem Jahr konnten die Franzosen sich durch die Übernahme von Newbridge Networks auch in den US-Fachmedien Präsenz verschaffen. Allerdings investierte Alcatel nicht deshalb eine Summe von 7,1 Milliarden Dollar, um sich einen Platz in Bewertungs-Charts der Analysten und Headlines der Printmedien zu sichern. Newbridge ist Spezialist für ATM-Netze und damit eine Verstärkung für Alcatels Carrier- und ISP-Geschäft, weniger jedoch für die Unternehmenskunden.

Dem Ziel, ein ernst zu nehmender Vollsortimenter im Enterprise-Networking-Markt zu werden, ist Alcatel mit Newbridge nicht näher gekommen, als solche gelten derzeit unter Großkunden nur Cisco und Nortel. Gerade diese Klientel schätzt aber die Möglichkeit, ihr gesamtes Netzequipment aus einer Hand zu kaufen. "Die großen Anwender wollen eine homogene Umgebung, vor allem wegen der Wartung und Installation der Komponenten", konnte Becker in Gesprächen mit BGNW-Mitgliedern erfahren. Nur dort, wo die Großen keine adäquaten Lösungen bieten, greifen die Entscheider auf Geräte spezialisierter Hersteller zurück. Ein weiteres Argument liefert Bernhard Schoppmeier, Senior Consultant der Meta Group, München: "Bei der Wahl eines Vollsorbitmenters wird über höhere Stückzahlen verhandelt. Damit haben die Anwender einen größeren Hebel, wenn über Rabatte gesprochen wird."

Ganz ohne Chance sind die Hersteller ohne durchgehendes Produktportfolio dennoch nicht, denn die Welt besteht nicht allein aus Großkunden. Für mittlere und kleinere Unternehmen ist die Wahl spezialisierter Anbieter ein durchaus gangbarer Weg, zumal die Produkte meistens nicht schlechter, häufig aber billiger sind. Die durch dieses Vorgehen entstehende Heterogenität in den Netzen wird nur dann zu einem Problem, wenn proprietäre Protokolle ins Spiel kommen. Das Gros der Netztechniken ist allerdings standardisiert und kann ohne weiteres herstellerübergreifend verwendet werden.

Doch in diesem Geschäft haben die Ausgründungen etwa von Lucent (Avaya) und Cabletron (Enterasys) keinen leichten Stand, denn sie konkurrieren in Teilbereiche mit Newcomern, die sich auf Teilbereiche spezialisiert haben. Extreme Networks und Foundry konnten etwa bei den Backbone-Switches gegenüber den Etablierten mit leistungsstarken Maschinen punkten. Das Beispiel Juniper verdeutlicht einen weiteren Vorteil der Startups: Die vornehmlich im Carrier-Markt aktiven Kalifornier überzeugen durch ein schlankes und effektives Betriebssystem für ihre Layer3-Switches, das kompatibel zu Ciscos IOS ist, jedoch nicht dessen Altlasten mitschleppt.

Ausgründungen müssen Vertrauen zurückgewinnen
Eine Herausforderung für Avaya, Enterasys und 3Com wird es zudem sein, das Vertrauen der Anwender zurückzugewinnen. Immerhin haben die Unternehmen ihre Kunden jahrelang mit einem ganzheitlichen Ansatz gelockt, um ihn schließlich selbst zu beenden. "Kapriolen, wie sie 3Com in diesem Jahr geschlagen hat, sind bei Cisco und Nortel undenkbar", schätzt Becker die Situation ein. Glaubt man den Aussagen der Berater, Analysten und Anwender wird es insbesondere für 3Com ein nahezu unmögliches Unterfangen, wieder Geräte in den kritischen Übertragungstrecken der Unternehmen zu installieren.

Avaya und Enterasys müssen sich zunächst wieder einen Namen in der Netzbranche erarbeiten. Unverständnis erntet besonders Cabletron, eine etablierte Marke einfach begraben zu haben. "Die Ausrichtung von Enterasys ist aus Anwendersicht derzeit ein wenig diffus. Viele treue Cabletron-Kunden stellen ihre Investitionen zurück, bis eine Marktposition des Herstellers erkennbar ist", meint Becker. Generell legen die Entscheider großen Wert auf Kontinuität bei der Wahl der Netzkomponenten. Kauffels wie Becker sehen keinen Sinn darin, Equipment länger als fünf Jahre zu betreiben. Innerhalb dieses Zeitraums sind die Techniken veraltet und binden bei der Pflege zu viel Personal, so die Experten übereinstimmend. Hersteller, die nicht einmal über diesen Minimalzeitraum Support und Pflege garantieren können, sondern Produktlinien einfach auslaufen lassen, sind daher keine verlässlichen Geschäftspartner.

Abb.1: Hersteller-Auswahl

Von einst vier hoch eingeschätzten Anbietern blieben nur noch zwei übrig. Einen jähen Absturz musste 3Com hinnehmen. Quelle: Meta Group

Abb.2: Hersteller-Auswahl

Die technische Positionierung berücksichtigt stapelbare Workgroup- und Routing-Switches. Hersteller mit guten Lösungen in beiden Bereichen befinden sich rechts oben. Quelle: Meta Group
