

G Data führt Engagement-Levels im Partnerprogramm ein



18. Mai 2026 - Mit Engagement – also etwa Massnahmen auf Social Media oder mit Webinaren – können G-Data-Partner fortan Punkte sammeln, die zusätzliche Vorteile und bessere Margen bringen.

G Data Cyberdefense startet mit seinem neuen Partnerprogramm. Dieses fokussiert voll auf einen "Channel first"-Ansatz und soll die Zusammenarbeit mit den Channel-Partnern verbessern. Laut G Data profitieren Partner damit von höheren Margen, mehr Transparenz und erweiterten Entwicklungsmöglichkeiten.

Das Programm, das sich damit vor allem an Reseller und Fachhändler richtet, basiert auf zwei Säulen. Die eine ist die klassische Umsatzleistung, die andere ein zusätzliches Engagement-Level mit fünf Stufen. Die Punkte, die für dieses Level ausschlaggebend sind, sammeln Partner beispielsweise über Webinare, Case Studies oder Social-Media-Aktivitäten. Ein hohes Engagement-Level hat wiederum positive Auswirkungen auf die Marge. Die Punkte sind jeweils zwölf Monate gültig, die Abstimmung rund um das Engagement-Level laufen über die lokalen Ansprechpartner der Partner.

Nikolas Schran, Vice President Sales & Marketing bei G Data Cyberdefense: "Wir schaffen ein Partnerprogramm, das Engagement honoriert, gemeinsame Erfolge fördert und unseren Partnern zusätzliche

Wachstumschancen eröffnet. Als G Data gewinnen wir am Markt nur gemeinsam mit unseren Partnern – und die aktuelle Nachfrage bestätigt mehr denn je, dass dieser partnerschaftliche Weg der richtige ist."