

Kaseya®

REPORT

2026 Kaseya State of the MSP Report



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Die wichtigsten Erkenntnisse	4
Die Neukundengewinnung wird für MSPs immer schwieriger	5
Kleinere Auftragsvolumina beeinträchtigen das Umsatzwachstum	9
KI und Automatisierung entwickeln sich zu zentralen Unterscheidungsmerkmalen	14
Cybersicherheit und BCDR bleiben die zuverlässigsten Wachstumstreiber	22
Der Fachkräftemangel löst Tool-Probleme als größte operative Einschränkung ab	28
Unser Playbook für MSPs im Jahr 2026	29
Über die Befragten	31
Erhebungsmethodik	34

Vorwort

Im vergangenen Jahr agierten MSPs in einem Markt, der von kleineren Auftragsvolumina, zurückhaltenden Käufern und steigenden Leistungskosten geprägt war. Wachstum ist nicht verschwunden, muss aber härter erarbeitet werden. Die Gewinnung neuer Kunden erfordert heute eine klarere Differenzierung, einen stärkeren Wertnachweis und eine straffere operative Disziplin als in den Vorjahren.

Was in den diesjährigen Ergebnissen auffällt, ist nicht ein Mangel an Nachfrage, sondern darin, wie diese Nachfrage in Umsatz umgewandelt werden muss. Die Anbieter, die im nächsten Zyklus führend sein werden, sind nicht einfach diejenigen, die mehr Dienstleistungen hinzufügen. Es sind jene, die ihre Technologie-Stacks vereinfachen, intelligent automatisieren, aufkommende Technologien wie KI in messbare Ergebnisse überführen und ihre Finanzkontrolle straffen. Wachstum bedeutet heute weniger reine Skalierung und mehr Präzision.

Dieser Bericht spiegelt einen wettbewerbsintensiven, zunehmend reifen und leistungsorientierten Markt wider. Das Potenzial bleibt erheblich. Der Unterschied wird davon abhängen, wie effektiv MSPs Nachfrage in strukturierte, profitable und skalierbare Servicemodelle umwandeln.



Dan Tomaszewski

Executive Vice President of Channel

Die wichtigsten Erkenntnisse

1 Die Neukundengewinnung wird für MSPs immer schwieriger

Die Kundengewinnung bleibt die oberste Priorität für MSPs, ist aber zugleich ihre größte Hürde. Der Wettbewerb ist schärfer und Käufer erwarten einen klaren Wertnachweis, bevor sie einen Vertrag unterzeichnen. Ganze 71 % der MSPs bezeichneten die Neukundengewinnung als ihre größte Herausforderung – vor allen anderen Geschäftsproblemen.

2 Schrumpfende Auftragsvolumina beeinträchtigen das Umsatzwachstum

Mit zunehmendem Wettbewerb sinken auch die durchschnittlichen Auftragsvolumina, was das Umsatzwachstum unter Druck setzt. Der Anteil der MSPs, die über Kundenausgaben von mehr als 25.000 USD pro Jahr berichten, ist von 75 % auf 41 % gefallen.

3 Die Nachfrage nach KI- und Automatisierungsdiensten steigt

Rund 48 % der MSPs geben an, dass KI und Automatisierung im Jahr 2026 der wichtigste IT- oder Servicebedarf ihrer Kunden sein werden. MSPs, die KI als definierten Dienst (AlaaS) bündeln und klare, messbare Ergebnisse aus automatisierten Workflows vorweisen können, sind besser aufgestellt, um sich abzuheben und Neugeschäft zu gewinnen.

4 Cybersicherheit und BCDR bleiben zentrale Umsatztreiber

Security- und Backup-Dienste verzeichnen weiterhin stabiles Wachstum. Rund 71 % der MSPs meldeten im Jahresvergleich Umsatzwachstum im Bereich Cybersicherheit – der höchste Wert aller Servicekategorien. Etwa 50 % meldeten ein Umsatzwachstum im BCDR-Bereich gegenüber dem Vorjahr, was ihn zum zweitstärksten Wachstumsfeld macht.

5 Der Fachkräftemangel entwickelt sich zur wichtigsten operativen Herausforderung

Die operativen Herausforderungen der MSPs verlagern sich von Einschränkungen durch Tools hin zu Personalengpässen. Rund 16 % der MSPs berichten von Schwierigkeiten bei der Einstellung qualifizierter Techniker – gegenüber 9 % im Jahr 2025. Gleichzeitig sagen 83 %, dass ihre IT-Management-Tools die operative Effizienz deutlich steigern. Mit steigender Zufriedenheit mit den Plattformen wird die Personalkapazität zur unmittelbaren Wachstumsbremse.

Die Neukundengewinnung wird für MSPs immer schwieriger

Die Neukundengewinnung steht für MSPs ganz oben auf der Agenda und ist die wichtigste strategische Priorität für das kommende Jahr. Sie rangiert vor der Steigerung der Profitabilität, der Verbesserung der Kundenerfahrung, der Kostenkontrolle oder Investitionen in KI.

Gleichzeitig hat sich dies als das am schwersten zu erreichende Ziel erwiesen. Die Neukundengewinnung ist mit 71 % derzeit das wichtigste geschäftliche Thema für MSPs – weit vor allen anderen Herausforderungen, einschließlich Cybersecurity-Fragen, Umsatzwachstum und Profitabilität.

MSPs benötigen neue Kunden, um Umsatz zu erzielen. Ohne eine konstante Kundengewinnung verlangsamt sich das Wachstum, der Umsatz schrumpft und die langfristige Planung wird unsicherer.

Die Daten zeigen ein klares Spannungsverhältnis: MSPs konzentrieren sich auf Wachstum, strukturelle Belastungen im Markt machen dieses Wachstum jedoch schwerer erreichbar.

Prioritäten von MSPs in den nächsten 12 Monaten

Neukunden gewinnen

88 %

Umsatz steigern

86 %

Profitabilität verbessern

86 %

Kundenzufriedenheit verbessern

84 %

Cyber-Resilienz für Kunden aufbauen

80 %

Kosten kontrollieren

79 %

Abläufe verbessern

77 %

Technologie verbessern

75 %

Marketing verbessern

70 %

KI-Einführung zur Effizienzsteigerung

60 %

Vendor Fatigue reduzieren

60 %

Abbildung 1

**Die Anzahl der von den Befragten auswählbaren Antwortmöglichkeiten war nicht begrenzt.*

Die 10 wichtigsten Herausforderungen für MSPs im Jahr 2026



Abbildung 2

*Die Befragten wurden gebeten, genau drei Antwortmöglichkeiten auszuwählen.

Neugeschäft zu gewinnen hängt heute davon ab, **den Wert zu belegen, nicht nur mehr Leistungen anzubieten.**



Der Wettbewerb erhöht die Anforderungen an den Wertnachweis

Neugeschäft zu gewinnen wird für MSPs schwieriger, da der Markt zunehmend gesättigt ist. Mehr Anbieter konkurrieren um dieselben Kunden, wodurch der Wettbewerb zu einer zentralen Herausforderung wird.

Sich abzuheben erfordert heute mehr als allgemeine Serviceversprechen. Kunden haben mehr Auswahl und sind wählerischer. Sie prüfen Preise, Leistungsumfang und nachgewiesene Ergebnisse genau, bevor sie eine Entscheidung treffen.

Diese Verschiebung zeigt sich in den Daten. Der Anteil der MSPs, die Schwierigkeiten haben, ihren Wert schnell zu belegen, hat sich im Jahresvergleich von 10 % auf 19 % fast verdoppelt. Gleichzeitig stieg die Schwierigkeit, eine konsistente Kundendokumentation zu erstellen und zu pflegen, von 10 % auf 17 %. Diese Veränderungen weisen auf eine klare Erwartung hin: Käufer wollen einen verifizierbaren Beweis.

MSPs, die klar aufzeigen können, wie ihre Dienstleistungen Risiken und Ausfallzeiten reduzieren, oder Effizienz steigern, sind besser aufgestellt, um Neugeschäft zu gewinnen.



Der Anteil der MSPs, die Schwierigkeiten beim Wertnachweis gegenüber Kunden nennen, hat sich im Jahr 2026 von 10 % auf 19 % nahezu verdoppelt.

Größte Herausforderung bei der Neukundengewinnung



Abbildung 3

● 2026 ● 2025

Die meisten neuen Kunden wechseln von einem anderen MSP

MSPs stellen fest, dass Wachstum stärker davon abhängt, Kunden von Wettbewerbern zu gewinnen, als Erstnutzer für MSP-Dienste zu akquirieren. Rund ein Drittel der MSPs berichtet, dass neue Kunden vorwiegend von Wettbewerbern übernommen werden, während fast die Hälfte eine Mischung aus Wechselkunden und Erstnutzern sieht. Nur eine kleine Minderheit gibt an, dass die meisten neuen Kunden erstmals IT-Aufgaben an einen MSP auslagern.

Neukundenprofil

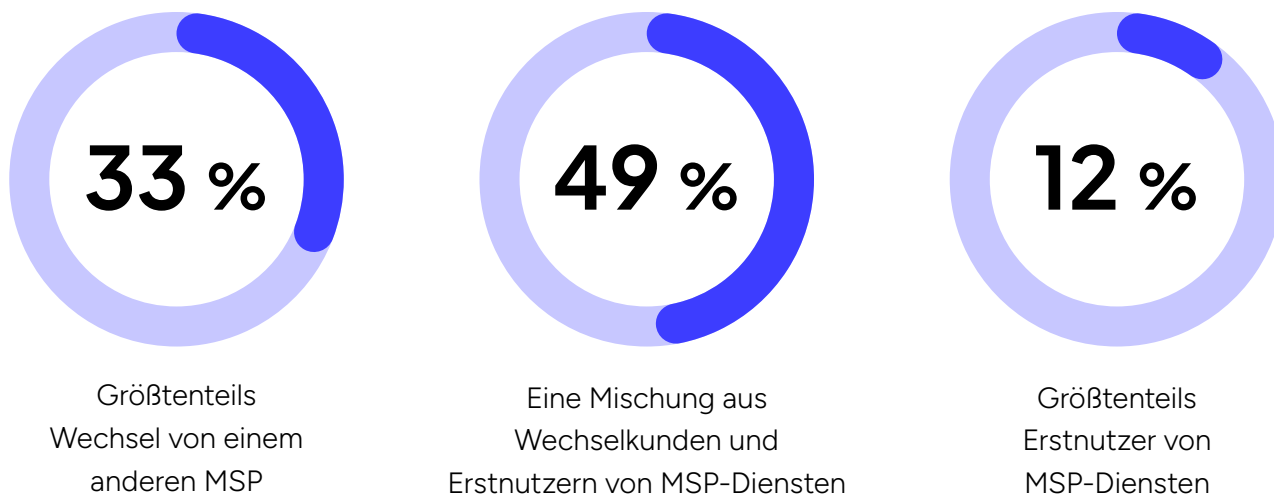


Abbildung 4



Trend 2

Kleinere Auftragsvolumina beeinträchtigen das Umsatzwachstum

Das Umsatzwachstum verlangsamt sich, da MSPs an zwei Fronten unter Druck stehen: Die Neukundengewinnung ist schwieriger, und Bestandskunden gehen kleinere Verträge ein. Wachstum wird nicht mehr durch Volumen oder Auftragsgröße getrieben.

- 33 % der MSPs nennen eine langsamere Neukundengewinnung als entscheidenden wirtschaftlichen Faktor, der das Wachstum beeinträchtigt
- 24 % berichten, dass Kunden ihre IT-Budgets kürzen

Zusammen bremsen diese Faktoren das Umsatzwachstum und schmälern die Expansionsmöglichkeiten.

Größere Jahresverträge werden seltener

Im Jahr 2025 hat sich der Anteil der MSPs, die angeben, dass ihr typischer Kunde weniger als 25.000 USD pro Jahr ausgibt, im Jahresvergleich von 24 % auf 55 % mehr als verdoppelt. Dies spiegelt eine klare Verschiebung hin zu kleineren Verträgen und niedrigeren durchschnittlichen Auftragsvolumina wider.

Gleichzeitig sank der Anteil der Kunden mit jährlichen Ausgaben von 25.000 USD oder mehr von 75 % auf 41 %. Am oberen Ende ist der Rückgang noch deutlicher: Verträge über 100.000 USD sind erheblich zurückgegangen.

Diese Veränderungen zeigen, dass Umsatzwachstum eher in kleineren Schritten als durch große Kundenabschlüsse entsteht.



Wie viel (in USD) hat Ihr typischer Kunde im vergangenen Jahr ungefähr für Managed Services ausgegeben?



Abbildung 5

*Die Prozentwerte ergeben in Summe nicht 100 %, da Antworten mit „Ich bin mir nicht sicher“ oder „Weiß nicht“ ausgeschlossen wurden.

MSPs berichteten, dass im Jahr 2025 nur **41 % der Kunden 25.000 USD oder mehr pro Jahr ausgaben** — ein deutlicher Rückgang gegenüber 75 % im Vorjahr.



Monatliche wiederkehrende Umsätze (MRR) sind rückläufig

Der Anteil der MSPs mit einem durchschnittlichen MRR von bis zu 1.000 USD pro Kunde ist auf das größte Segment angewachsen und stieg von 24 % auf 30 %. Das deutet darauf hin, dass sich Kunden vorsichtiger binden und mit kleineren Engagements beginnen, statt von Anfang an größere Verträge abzuschließen.

Mittlere Verträge zwischen 1.001 und 3.500 USD sind zurückgegangen, was auf weniger Kunden in diesem Bereich hinweist. Ein Teil dieses Volumens scheint in die niedrigste Stufe abgewandert zu sein und verstärkt damit die insgesamt rückläufige Verteilung.

Trotz Gegenwind sichert sich ein kleines Segment weiterhin höherwertige Verträge. Der Anteil der MSPs mit Verträgen im Bereich von 7.501 bis 10.000 USD hat sich auf 6 % verdoppelt.

Durchschnittlicher MRR pro Kunde

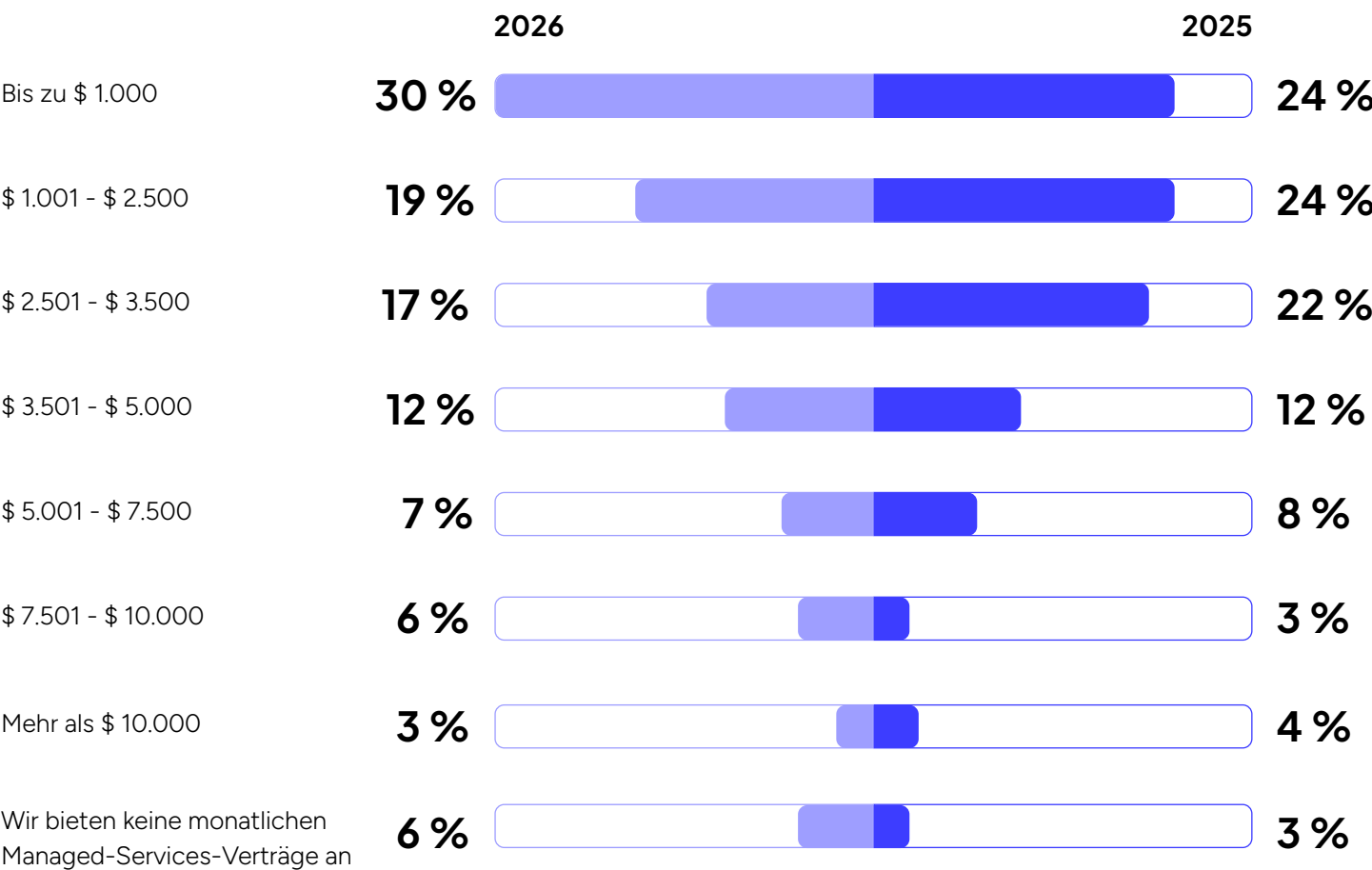


Abbildung 6

MRR-Wachstum wird uneinheitlicher

Weniger MSPs berichten von moderatem MRR-Wachstum im Bereich von 11 bis 15 %. Stattdessen verlagern sich mehr Anbieter entweder in niedrigere oder höhere Wachstumsbereiche.

Die größte Gruppe liegt weiterhin im Bereich von 6 bis 10 %, doch der Anteil mit minimalem Wachstum unter 5 % ist gestiegen. Gleichzeitig wächst eine kleinere Gruppe weiterhin mit Raten von über 15 %.

Das Ergebnis ist ein Markt, in dem Wachstum weiterhin möglich, aber zunehmend ungleich verteilt ist.



Durchschnittliches MRR-Wachstum in den letzten drei Jahren

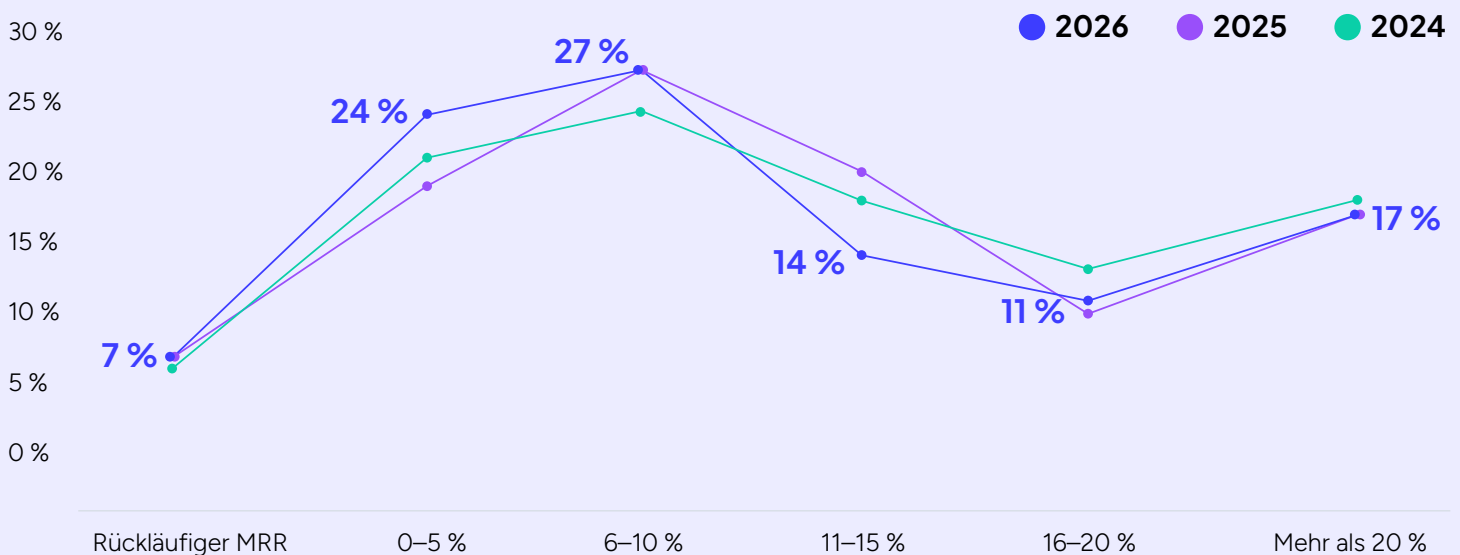


Abbildung 7

Für einige MSPs wird Gewinnerzielung schwieriger, für andere leichter

Die Profitabilität ist im MSP-Markt nicht mehr einheitlich. Ein wachsender Anteil der Anbieter arbeitet mit geringer oder gar keiner Marge, und der Anteil derjenigen, die sich als unprofitabel bezeichnen, hat sich im Jahresvergleich verdoppelt. Dies spiegelt den kombinierten Effekt aus langsamerem Umsatzwachstum und steigenden Betriebskosten wider.

Kostendruck ist ein wiederkehrendes Thema. In einer separaten Frage zu den Auswirkungen wirtschaftlicher Unsicherheit nennen 30 % der MSPs steigende Kosten für Personal,

Werkzeuge und Infrastruktur als direkte Wachstumsbremse. Diese Belastungen sind in einem Umfeld schrumpfender Auftragsvolumina und begrenzter Preismacht schwerer auszugleichen.

Gleichzeitig erzielt ein nennenswerter Teil der MSPs weiterhin starke Margen. Der Anteil mit Gewinnen im mittleren bis hohen zweistelligen Bereich ist gestiegen, und die Ergebnisse in den höchsten Margenklassen bleiben stabil.

Das Ergebnis ist ein polarisierter Markt. Einige MSPs sichern ihre Margen trotz Gegenwind, während andere Mühe haben, höhere Kosten und langsames Wachstum zu verkraften.

Nettogewinn aus Managed Services

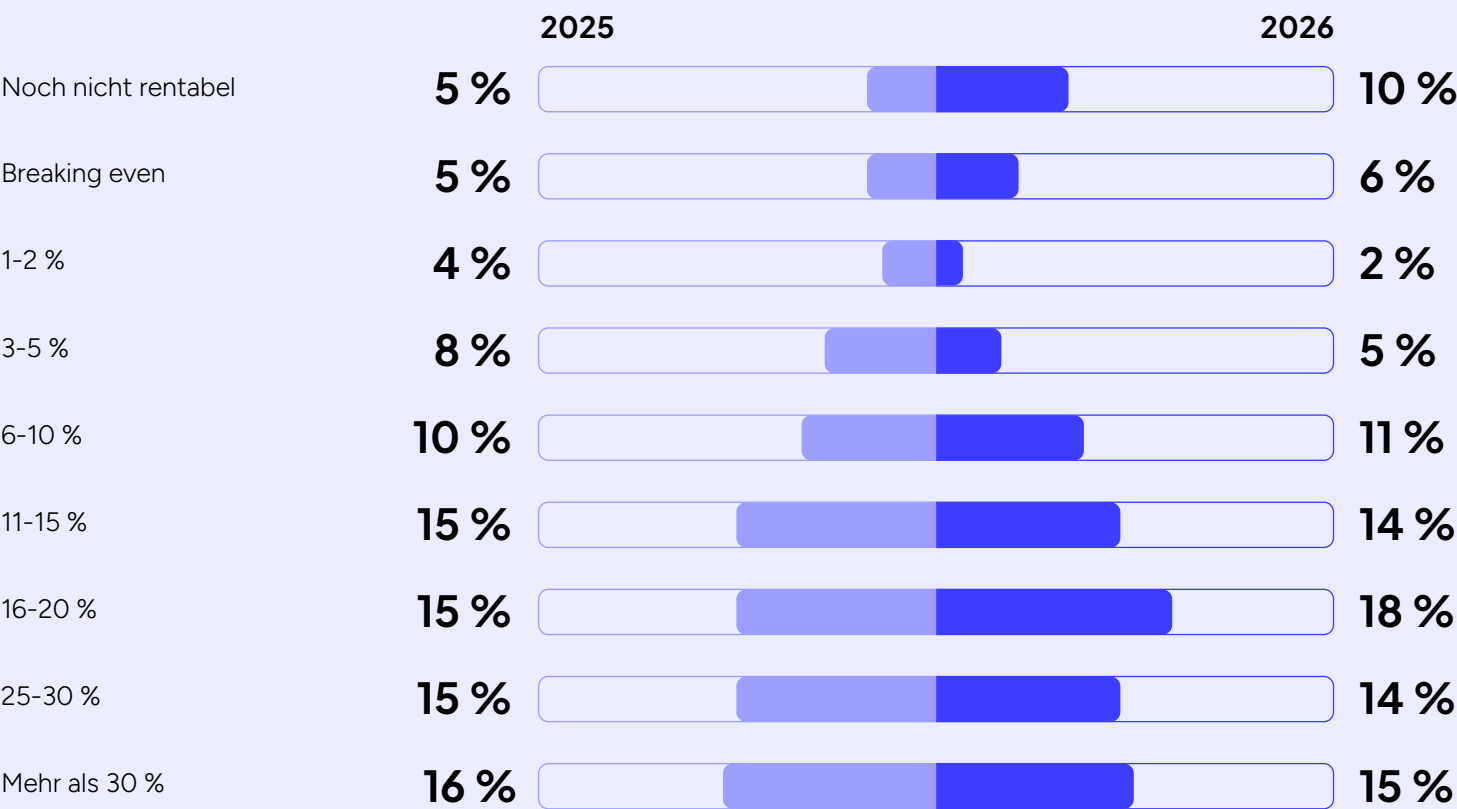


Abbildung 8
*Die Prozentwerte ergeben in Summe nicht 100 %, da Antworten mit „Ich bin mir nicht sicher“ oder „Weiß nicht“ ausgeschlossen wurden.

Trend 3

KI und Automatisierung entwickeln sich zu zentralen Unterscheidungsmerkmalen

Mit nachlassendem Wachstum und zunehmendem Wettbewerb benötigen MSPs wirksamere Möglichkeiten, sich abzuheben. KI und Automatisierung entwickeln sich zu einem der sichtbarsten Bereiche mit dem größten Kundeninteresse.

Fast die Hälfte (48 %) der MSPs nannte KI und Automatisierung als wichtigsten Kundenbedarf für 2026 – vor Sicherheit (42 %) und Backup (36 %).

Kunden priorisieren zunehmend KI-gestützte Fähigkeiten gegenüber vielen klassischen Servicekategorien. Dies signalisiert eine Verschiebung der Erwartungen. Für MSPs bedeutet das sowohl Druck als auch Chance. Wer KI und Automatisierung in klare, ergebnisorientierte Dienstleistungen übersetzen kann, ist besser positioniert, um sich im Wettbewerb abzuheben und auf veränderte Kundenprioritäten einzugehen.

KI und Automatisierung zählen für MSP-Kunden im Jahr 2026 zu den wichtigsten Serviceanforderungen und überholen sogar Security Services.



Wichtigste IT-Probleme oder Serviceanforderungen der Kunden im Jahr 2026

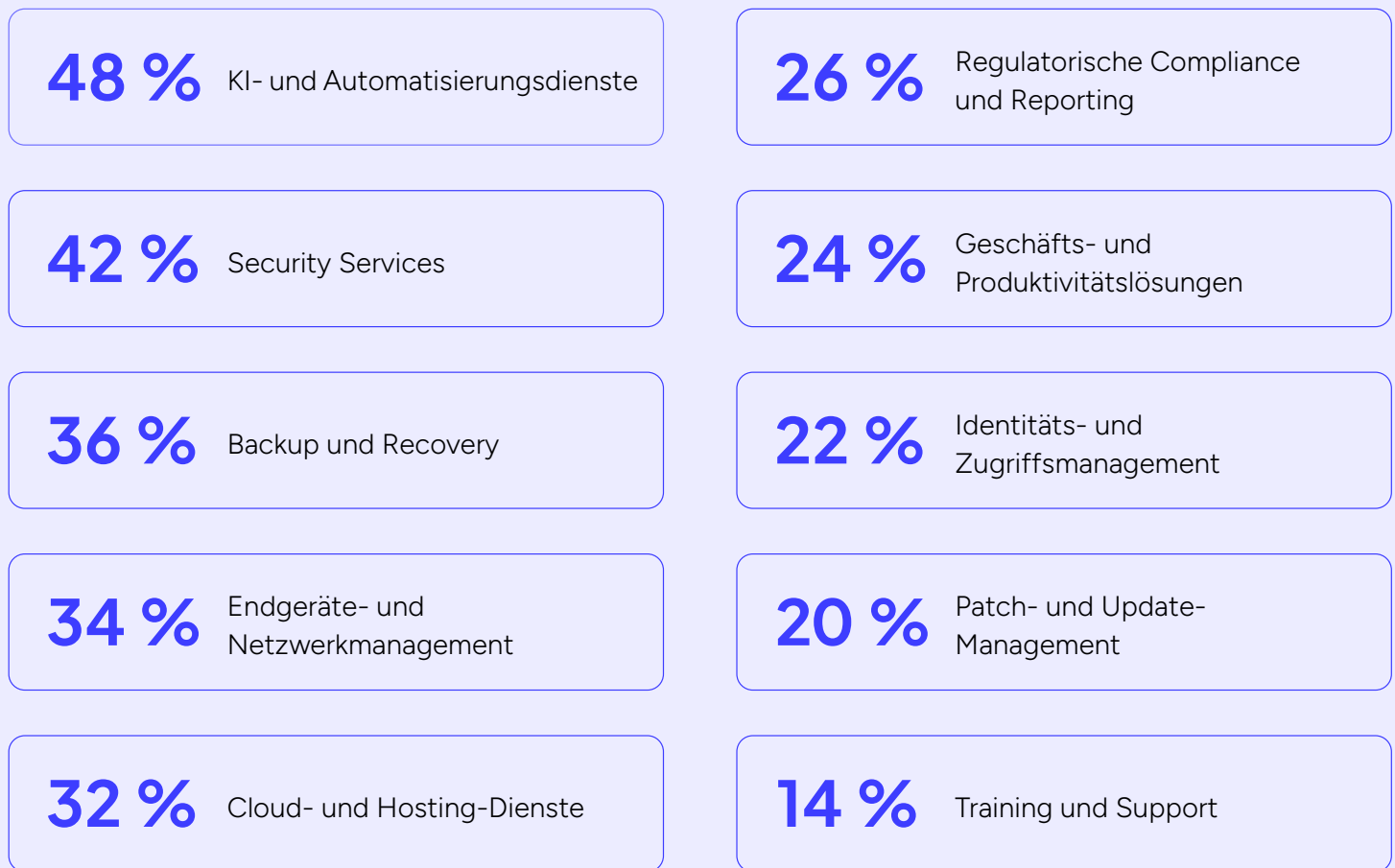


Abbildung 9

*Die Befragten wurden gebeten, genau drei Antwortmöglichkeiten auszuwählen.



Allerdings hat der Umsatz aus KI noch nicht mit der Nachfrage Schritt gehalten. Nur 13 % der MSPs bezeichnen KI und Automatisierung als bedeutende Umsatzquelle. Diese Lücke spiegelt wider, dass viele Anbieter diese Dienste noch definieren, bündeln und kalkulieren.

Wer frühzeitig KI- und Automatisierungslösungen formalisiert, ist besser aufgestellt, um die aufkommende Nachfrage zu bedienen, sich im Markt zu differenzieren und einen größeren Anteil an der nächsten Wachstumsphase zu sichern.

Wichtigste Umsatzquellen der MSPs im Jahr 2026

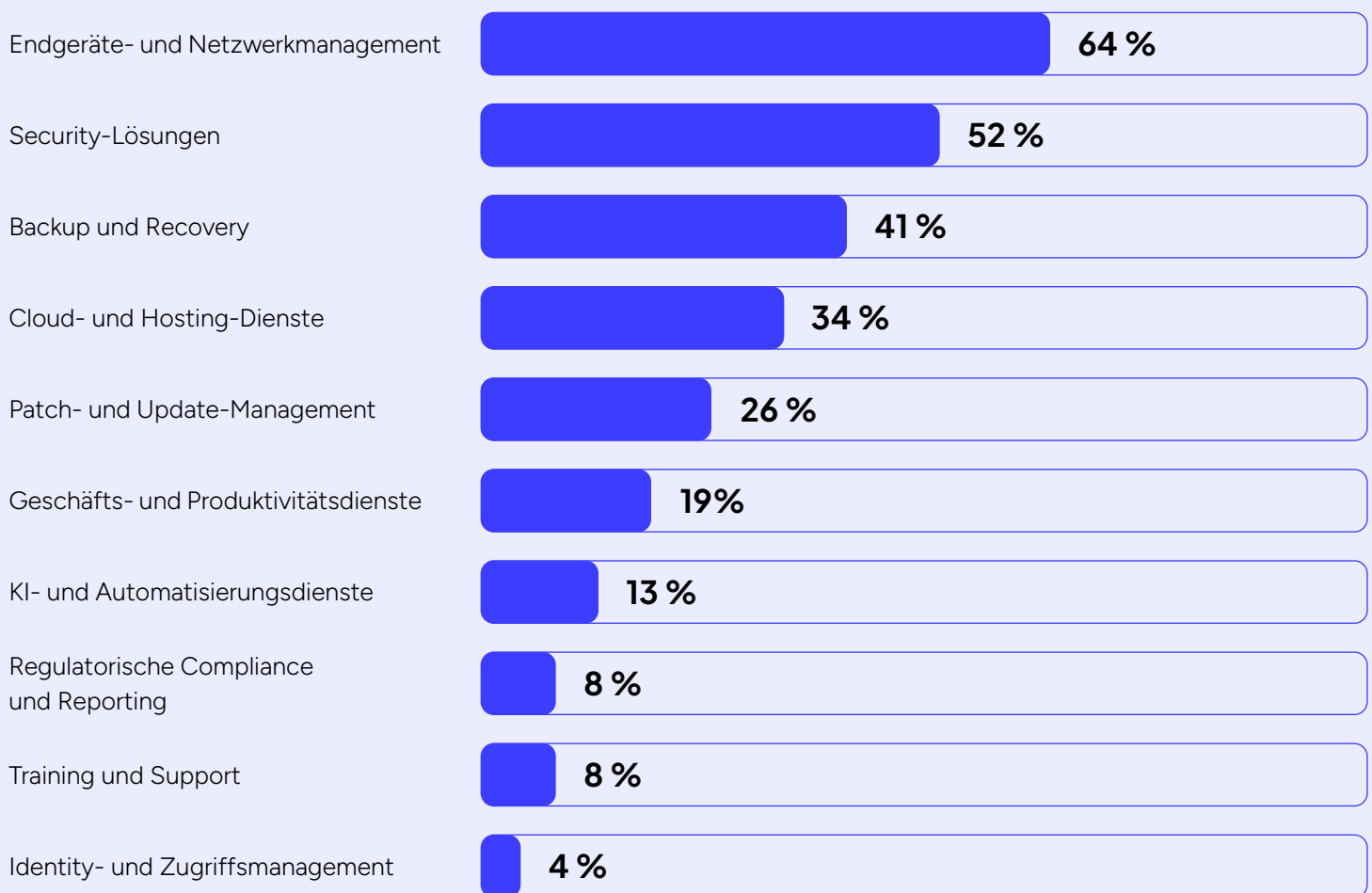


Abbildung 10

*Die Befragten wurden gebeten, genau drei Antwortmöglichkeiten auszuwählen.

Der Einsatz von KI und Automatisierung konzentriert sich auf Kernprozesse

Die meisten MSPs setzen diese Tools für wiederkehrende Aufgaben mit hohem Volumen wie Monitoring, Alert-Management, Security Operations und Ticketbearbeitung ein. Diese Bereiche bieten unmittelbaren operativen Nutzen.

Im Gegensatz dazu erweitern weniger Anbieter den KI-Einsatz auf Kunden-Onboarding, Vertrieb, Marketing oder breitere Maßnahmen zur Kundenbindung. Dies zeigt, dass sich der Einsatz nach wie vor auf die interne Umsetzung und nicht auf nach außen gerichtete Wachstumsinitiativen konzentriert.

Das Gesamtbild deutet darauf hin, dass sich MSPs weiterhin in der Effizienzphase der KI-Adoption befinden. Im Vordergrund stehen Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und operative Kontrolle. KI in ein kommerzielles Differenzierungsmerkmal oder eine strukturierte Umsatzquelle zu verwandeln, sollte die nächste Stufe sein, damit MSPs wettbewerbsfähig bleiben.

Geschäftsbereiche mit dem höchsten Automatisierungsgrad

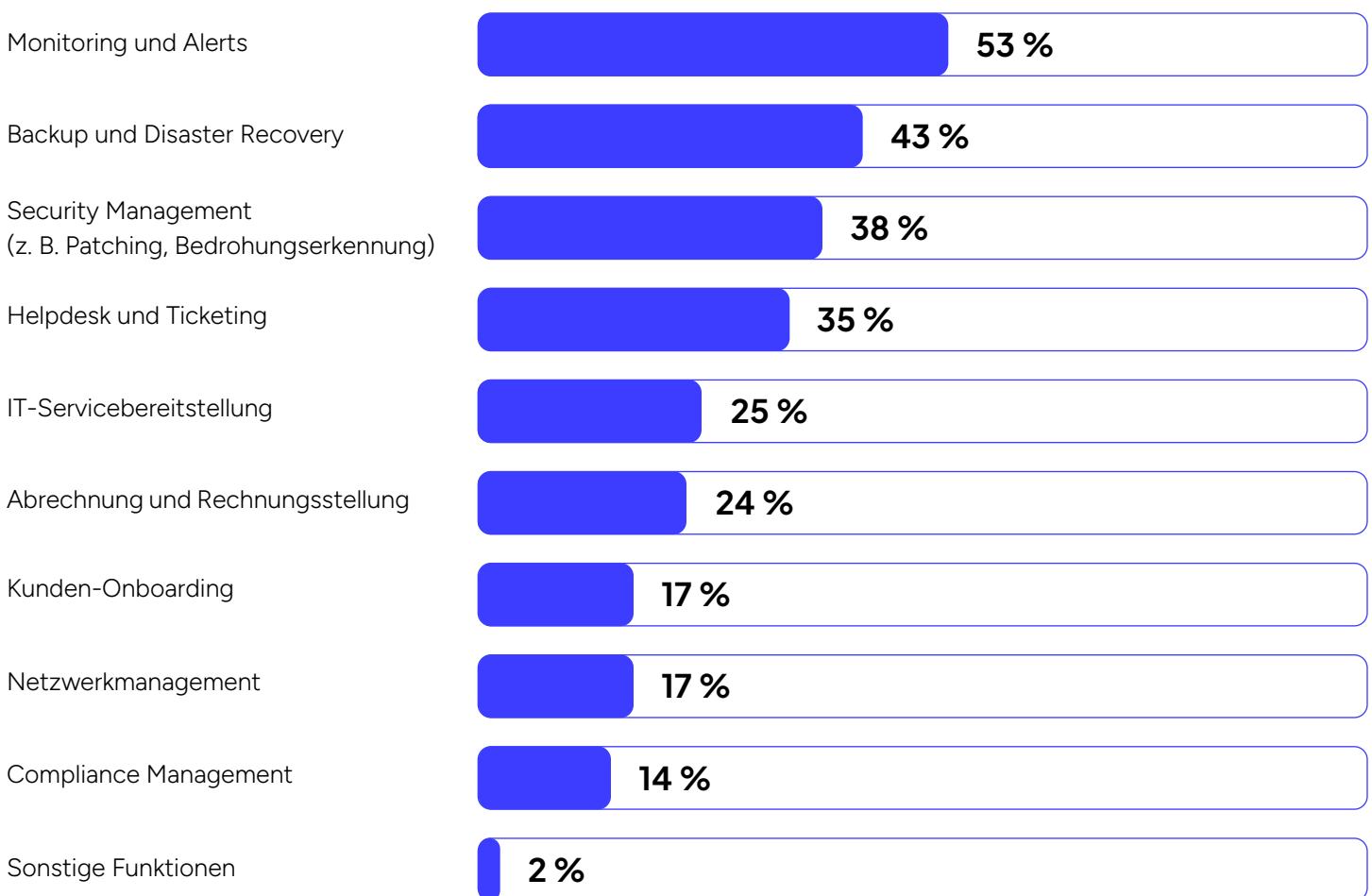


Abbildung 11

*Die Befragten wurden gebeten, genau drei Antwortmöglichkeiten auszuwählen.

Bereiche, in denen MSPs derzeit KI einsetzen

53 %

Automatisierung von
IT-Aufgaben (Ticketing,
Patching, Monitoring)

37 %

Sicherheit
(Bedrohungserkennung,
Reaktion)

37 %

IT-
Dokumentation

29 %

Kundensupport
/ Chatbots

26 %

Vertriebs- und
Marketingprozesse

15 %

Noch kein
KI-Einsatz

Abbildung 12

*Es gab keine Begrenzung bei der Anzahl der Antwortmöglichkeiten, die die Befragten auswählen konnten.



Der Automatisierungsgrad bleibt moderat

Die meisten MSPs haben Automatisierung in ihre Abläufe eingeführt, die Nutzung ist jedoch noch auf einen Teil der Workload beschränkt. Mehr als die Hälfte (55 %) der MSPs gibt an, etwa ein Viertel ihrer Workload zu automatisieren, und 28 % haben bereits die Hälfte automatisiert. Nur eine kleine Minderheit ist darüber hinaus in Richtung breiter oder nahezu vollständiger Automatisierung vorangeschritten.

Auf eine weitere Frage hin gaben 59 % der MSPs an, mit ihren aktuellen Automatisierungskapazitäten zufrieden zu sein. Das zeigt, dass viele Anbieter den bestehenden Automatisierungsgrad als ausreichend empfinden, um ihre derzeitige Größe und die Anforderungen ihrer Kunden abzudecken.

Automatisierter Anteil der Workload in den letzten zwei Jahren

Keine neue Automatisierung **9 %**

Bis zu 25 % – Geringe neue Automatisierung **55 %**

Rund 50 % – Moderate neue Automatisierung **28 %**

Rund 75 % – Erhebliche neue Automatisierung **8 %**

Nahezu 100 % – Vollständig automatisiert **1 %**

Abbildung 13





Bereiche, in denen KI und Automatisierung Wirkung zeigen

MSPs erwarten, dass KI zunächst operative Reibungsverluste in ihren Unternehmen reduziert, bevor sie die finanziellen Ergebnisse verändert. Die größte Erwartung ist die Beseitigung lästiger Aufgaben. Viele erwarten zudem verbesserte Sicherheit und mehr Zeit für strategische Arbeit. Dies zeigt, dass KI zunächst als Produktivitätstool gesehen wird, das manuelle Belastung verringert und Kernprozesse stärkt.

Gleichzeitig gibt es eine gewisse Vorsicht. Ein beachtlicher Anteil glaubt, dass KI neue Sicherheitsrisiken mit sich bringen könnte. Weniger erwarten, dass KI den Personalbestand reduziert oder die Kundeninteraktion ersetzt. Die vorherrschende Haltung ist Ergänzung statt Ersatz. KI wird als Unterstützung für Techniker gesehen, nicht als deren Ersatz.

Wie MSPs erwarten, dass KI ihr Geschäft im Jahr 2026 beeinflusst

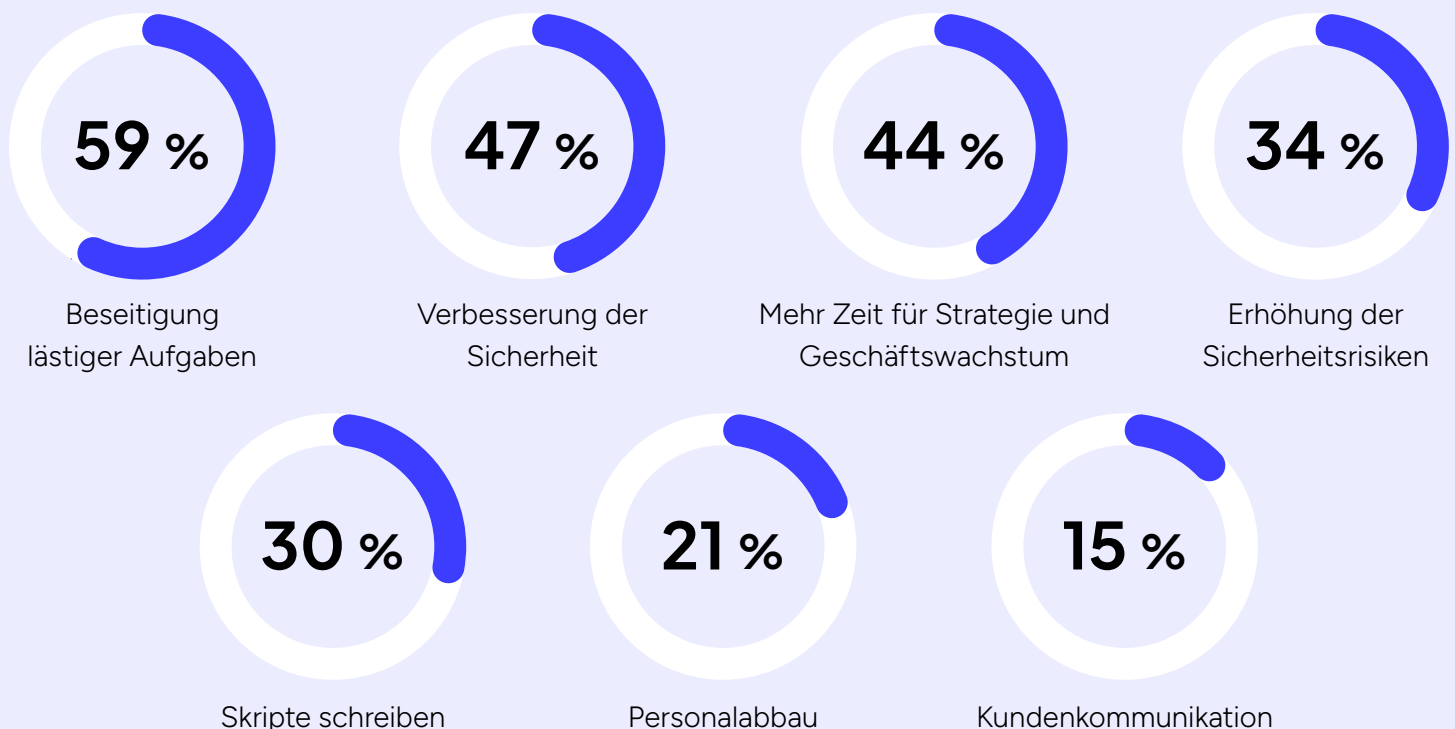


Abbildung 14

Wir haben MSPs gefragt, welche Leistungskennzahlen (KPIs) sich infolge ihrer Automatisierungsmaßnahmen am stärksten verbessert haben. Die größten Fortschritte gibt es bei den Erstreaktionszeiten, der Kundenzufriedenheit, der Technikereffizienz und der Verringerung von Burnout. Automatisierung hilft MSPs, mit gleichen Ressourcen mehr Arbeit zu bewältigen und ihr Tagesgeschäft effektiver abzuwickeln.

Dies führt zu einem für Kunden merklich besseren Service, gestützt durch weniger Fehler und eine zuverlässigere Verfügbarkeit. Finanzielle Gewinne wie Margen und Umsatzerfassung stellen sich allmählicher ein. Automatisierung stärkt zunächst das operative Fundament und versetzt MSPs in eine bessere Position, um im Laufe der Zeit zu skalieren, Kunden zu binden und Margen zu verbessern.

Automatisierung und ihre Wirkung auf die Performance von MSPs

35% Erstreaktionszeit

33% Kundenzufriedenheit (CSAT/NPS)

32% Technikereffizienz (z. B. abgeschlossene Tickets pro Tag)

31% Mitarbeiterzufriedenheit / weniger Burnout

30% Verringerung von Fehlern

28% Serviceverfügbarkeit

18% Gewinnmargen

16% Bearbeitungszeit pro Ticket

16% Auditbereitschaft im Bereich Compliance

15% Umsatzerfassung / Abrechnungsgenauigkeit

Abbildung 15

Trend 4

Cybersicherheit und BCDR bleiben die zuverlässigsten Wachstumstreiber

Während die durchschnittlichen Auftragsvolumina zurückgehen, bleiben Sicherheit und Backup zentrale Umsatzsäulen für MSPs. Die Abhängigkeit der Kunden von diesen Diensten ist weiterhin stark und die Entwicklung im Jahresvergleich stabil. Wir haben gesehen, dass Sicherheit und Backup zu den fünf meistangebotenen Diensten zählen.



Angebote Managed Services

79 %

Backup und Recovery (Server-Backup, Workstation-Backup, SaaS-Backup, Disaster Recovery)

55 %

Identitäts- und Zugriffsverwaltung (2FA, SSO, Passwortverwaltung)

73 %

Endpunkt- und Netzwerkverwaltung (Endpunktverwaltung, Netzwerküberwachung und -verwaltung)

53 %

Training und Support (Security Awareness Training, 24/7-Support)

72 %

Security-Lösungen (Antivirus/ Anti-Malware, EDR, automatisiertes Pentesting, Dark-Web-Überwachung, E-Mail-Sicherheit, sichere Zahlungen)

45 %

Geschäfts- und Produktivitätslösungen (HR-Support, Marketing, Hardware-Verkauf und -Verwaltung)

69 %

Patch und Update Management (OS-Patching, Drittanbieter-Patching)

42 %

Regulatorische Compliance und Reporting (Compliance Management, Reporting)

67 %

Cloud- und Hosting-Dienste (privates Hosting, öffentliches Cloud-Hosting, Microsoft 365/ Google Workspace Management)

38 %

KI- und Automatisierungsdienste (AI-as-a-Service, automatisierte Workflows)

Abbildung 16

*Es gab keine Begrenzung der Auswahlmöglichkeiten für die Befragten.

Security und Backup zählen zu den wichtigsten Umsatztreibern

52 % der MSPs zählen Sicherheit zu ihren wichtigsten Umsatzquellen und sehen sie nur dem Endgeräte- und Netzwerkmanagement nachgeordnet. Backup rangiert auf Platz drei:

41 % sehen darin einen wesentlichen Umsatztreiber. Diese Einstufung bestätigt, dass sowohl Sicherheit als auch Backup zentrale Bestandteile des MSP-Umsatzmodells sind.

Wichtigste Umsatzquellen

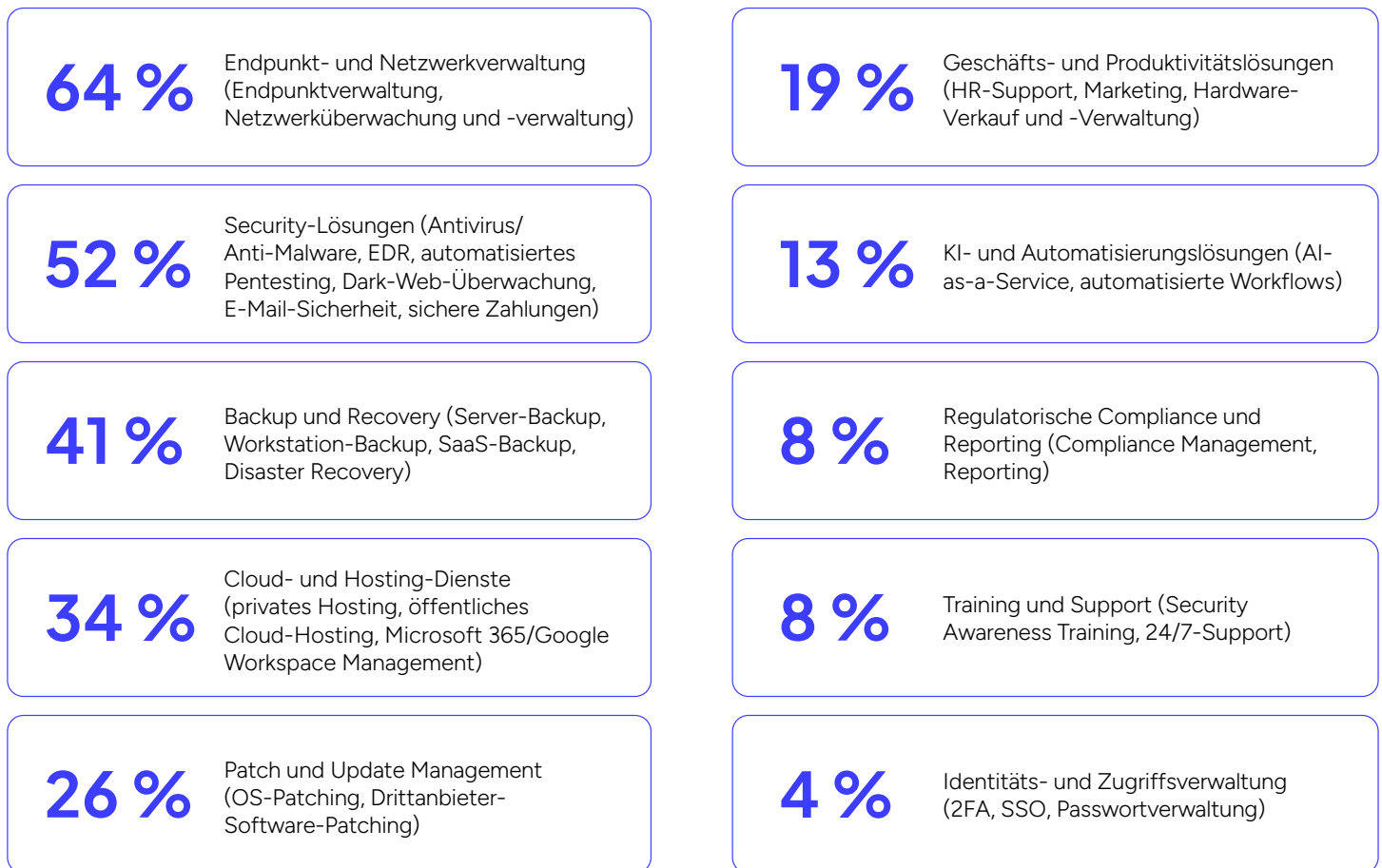


Abbildung 17

*Die Befragten wurden gebeten, bis zu drei Antworten auszuwählen.

Security und Backup verzeichnen die stärksten Umsatzzuwächse

Etwa 71 % der MSPs berichten im Jahresvergleich von Umsatzwachstum im Bereich Cybersicherheit und machen diese damit zur führenden Servicekategorie. Backup folgt mit 50 % und liegt damit hinter Security, zeigt aber weiterhin starkes Wachstum.

Die Daten zeigen, dass Sicherheit und Backup sich gemeinsam entwickeln. Wenn Kunden mehr in den Schutz vor Bedrohungen investieren, priorisieren sie zugleich die Datenwiederherstellung und Kontinuität.

Dienste mit Umsatzwachstum

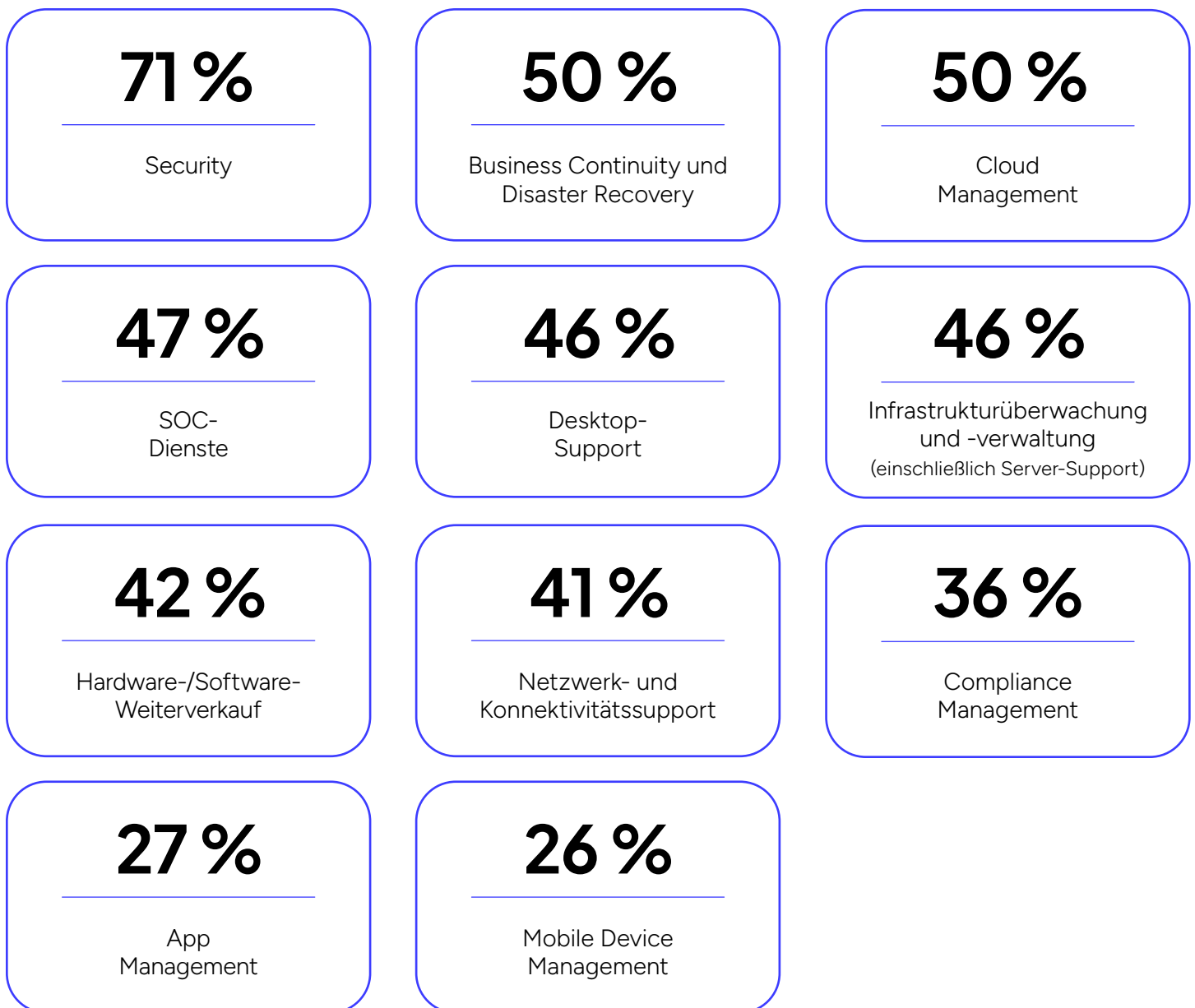


Abbildung 18

**Die Befragten wurden gebeten anzugeben, ob der Umsatz in der jeweiligen Dienstleistungskategorie gestiegen, gesunken oder gleichgeblieben ist. Die Ergebnisse für Umsatzrückgänge und gleichbleibende Entwicklungen sind im Anhang enthalten.*

MSPs bleiben die wichtigste Quelle für Cybersecurity-Beratung ihrer Kunden

Die Nachfrage nach Security Services dürfte stark bleiben, da MSPs weiterhin die wichtigste Quelle für Cybersecurity-Beratung ihrer Kunden sind.

- 61 % der MSPs berichten, dass sich die meisten oder alle ihrer Kunden für Cybersecurity-Beratung an sie wenden. Diese Abhängigkeit ist im Jahresvergleich stabil geblieben und bestätigt die Rolle des MSP als primärer Security-Berater.
- 44 % der MSPs berichten, dass mindestens 10 % ihrer Kunden im Jahr 2025 von einem Cyberangriff betroffen waren.
- 8 % berichten, dass zwischen 41 % und 80 % ihrer Kunden betroffen waren.

Diese Zahlen verweisen auf zwei klare Treiber. Kunden verlassen sich auf MSPs, um Risiken zu bewerten und Lösungen zu empfehlen. Gleichzeitig ist ein bedeutender Anteil der Endkunden weiterhin von aktiven Vorfällen betroffen. Investitionen in Sicherheit werden daher durch direkte Abhängigkeit und anhaltende Angriffsgefährdung geprägt – nicht allein durch allgemeine Sensibilisierung.

61 %

der MSPs berichten, dass sich die meisten oder alle ihrer Kunden für Cybersecurity-Beratung an sie wenden.



Backup und Recovery erfordern dedizierte Ressourcen

Backup und Recovery bleiben neben Security fester Bestandteil der MSP-Serviceportfolios.

Die meisten MSPs setzen auf zwei bis drei verschiedene BCDR-Lösungen. Zudem berichten 40 % der MSPs, dass mindestens ein Vollzeitmitarbeiter 80 % oder mehr seiner Zeit für Backup und Disaster Recovery aufwendet, während rund 12 % diese Aufgaben vollständig auslagern.

MSPs können dem begegnen, indem sie Tools konsolidieren oder Plattformen einführen, die das Backup-Management mit anderen IT-Aufgaben integrieren. Dieser Ansatz reduziert manuelle Arbeit und ermöglicht es dem technischen Personal, sich auf höherwertige Dienstleistungen zu konzentrieren.

Anzahl der von MSPs genutzten BCDR-Lösungen



Abbildung 19

Anzahl der Mitarbeiter, die mindestens 80 % BCDR unterstützen

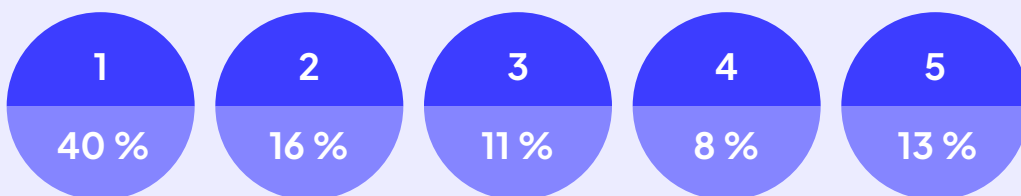


Abbildung 20

Hürden beim Angebot von Security Services

Obwohl die Nachfrage nach Cybersecurity hoch ist, gibt es praktische Hürden, die eine Ausweitung begrenzen. Die Hauptbeschränkung ist die Produktkomplexität. Je fortschrittlicher Security Tools werden, desto schwieriger sind sie in großem Maßstab bereitzustellen, zu integrieren und zu betreiben. Fast die Hälfte der befragten MSPs nennt die Komplexität von Cybersecurity-Produkten als wichtigste Hürde – ein deutlicher Anstieg gegenüber 38 % im Jahr 2025.

Der Fachkräftemangel bildet eine zweite Belastungsebene. Rund 39 % berichten von Schwierigkeiten bei der Einstellung qualifizierter

Cybersecurity-Fachleute – gegenüber 29 % im Vorjahr. Gleichzeitig erhöht das Management mehrerer sich überschneidender Tools Kosten und Verwaltungsaufwand. Rund 31 % verweisen auf die Kosten, die das Management zu vieler unterschiedlicher Security-Tools verursacht.

Für MSPs, die Security Services skalieren wollen, führt der Weg über Vereinfachung. Konsolidierte Plattformen, schlanke Arbeitsabläufe und die Reduzierung der Toolvielfalt werden entscheidend sein, um Security effizient bereitzustellen, ohne den Personalbestand erheblich zu erhöhen.

Die drei größten Hürden beim Angebot von Cybersecurity Services

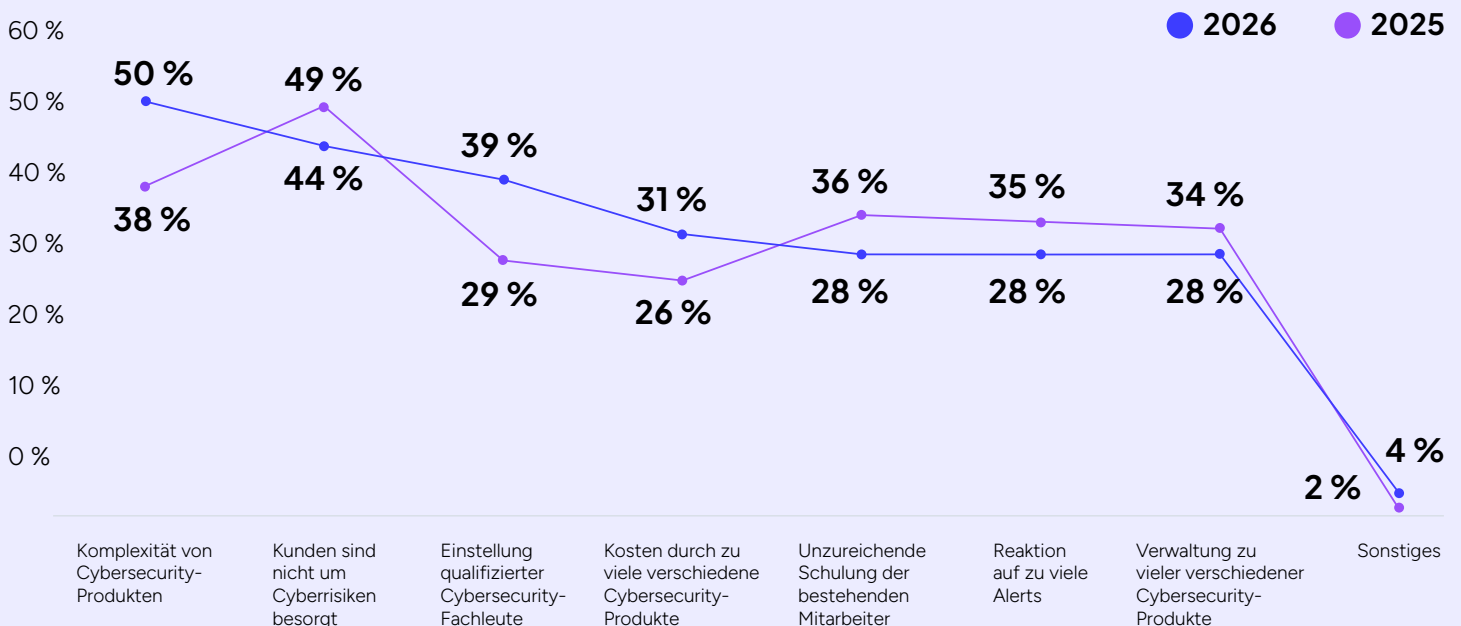


Abbildung 21

Trend 5

Der Fachkräftemangel löst Tool-Probleme als größte operative Einschränkung ab

Die operativen Belastungen der MSPs verschieben sich. Tool-bedingte Reibungsverluste nehmen ab, während personalbedingte Einschränkungen zunehmen.

- 83 % der MSPs sagen, dass ihre IT-Management-Tools die operative Effizienz erheblich steigern

Herausforderungen bei Einstellung und Qualifikation nehmen zu. Die Schwierigkeit, qualifizierte Techniker zu finden und einzustellen, ist im Jahresvergleich von 9 % auf 16 % gestiegen.

Auch Herausforderungen bei Schulung und Weiterbildung haben sich mehr als verdoppelt. Gemeldete Lücken im technischen Know-how folgten einem ähnlichen Muster.

Die Richtung ist eindeutig. Während sich MSP-Serviceportfolios erweitern und die Kundenerwartungen steigen, hält die interne Personalkapazität nicht Schritt. Personalmangel wird zur prägenden operativen Herausforderung.

Häufige IT-Probleme der MSPs mit Auswirkungen auf den Arbeitsalltag

● 2026 ● 2025

Wir nutzen unsere Software-Lösungen nicht voll aus



Bewältigung von Kosten und Zeit für laufende Mitarbeiterschulungen



Schwierigkeiten bei der Suche und Einstellung qualifizierter Techniker



Mitarbeiter-Burnout



Herausforderungen bei Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter



Zu viele Anbieter, zu viele Verträge



Lücken im technischen Fachwissen im Team



Schwierigkeiten bei der Mitarbeiterbindung



Unsere Lösungen sind nicht ausreichend integriert



Wir verlieren zu viel Zeit durch das Wechseln zwischen IT-Anwendungen



Abbildung 22

Unser Playbook für MSPs im Jahr 2026

Die Ergebnisse dieses Berichts verweisen auf mehrere operative Muster, die den MSP-Markt prägen. Auf Basis dieser Trends sollten MSPs, die 2026 wettbewerbsfähig bleiben wollen, sich auf folgende Prioritäten konzentrieren.

1 Tools konsolidieren, um die operative Komplexität zu verringern

Viele MSPs nutzen weiterhin mehrere Plattformen, um Monitoring, Sicherheit und Backup zu verwalten. Im Laufe der Zeit entsteht dadurch unnötiger operativer Aufwand. Die Konsolidierung von Tools, wo möglich, kann das Tagesgeschäft vereinfachen, Integrationsprobleme reduzieren und Technikern mehr Zeit für die Kundenbetreuung verschaffen.

2 Automatisierung nutzen, um Zeit der Techniker zurückzugewinnen

Routineaufgaben wie Patching, das Überwachen von Alerts, Ticket-Routing und Reporting beanspruchen weiterhin erhebliche Teile der Technikerkapazität. Die Ausweitung der Automatisierung auf diese Workflows kann den manuellen Aufwand reduzieren, die Konsistenz erhöhen und es MSPs ermöglichen, den Betrieb zu skalieren, ohne den Personalbestand im gleichen Tempo zu erhöhen.

3 Security als Kerndienstleistung behandeln

Sicherheit ist eine zentrale Erwartung der MSP-Kunden. Anbieter, die ihre Security-Kompetenzen ausbauen und in ihre Kernservicepakete integrieren, sind besser aufgestellt, um Kunden zu halten und Neugeschäft zu gewinnen.

Das bedeutet, über den Basisschutz hinauszugehen. Fortgeschrittener Bedrohungsschutz ist unerlässlich, und EDR sollte ein grundlegender Bestandteil jedes Securitystacks sein.

4 KI zur Verbesserung von Entscheidungsfindung und Servicebereitstellung einsetzen

KI spielt eine immer größere Rolle darin, wie MSPs Abläufe managen und Kunden unterstützen. Von intelligenter Alertpriorisierung über automatisierte Ticket-Zusammenfassungen bis hin zu schnellerer Ursachenanalyse kann KI Teams helfen, effektiver zu reagieren und zugleich den manuellen Aufwand zu verringern. MSPs, die KI in ihre Arbeitsabläufe integrieren, können die Servicequalität verbessern, Lösungszeiten verkürzen und die Expertise ihrer Techniker besser einsetzen.

5 Auf Services setzen, die Kundenbeziehungen vertiefen

Langfristiges Wachstum entsteht oft aus dem Schritt über den reaktiven IT-Support hinaus. MSPs, die strategische Dienstleistungen wie Sicherheitsplanung, Infrastrukturberatung und operative Unterstützung anbieten, können stärkere Kundenbeziehungen aufbauen und stabilere wiederkehrende Umsatzquellen schaffen.

Erfolg in einem wettbewerbsintensiven MSP-Markt

Erfolg im MSP-Markt erfordert mehr als nur Schritt zu halten. Er erfordert die richtigen Werkzeuge, die richtigen Erkenntnisse und eine auf Wachstum ausgerichtete Plattform.

Kaseya stattet MSPs mit der Skalierbarkeit, den Daten und der Automatisierung aus, die nötig sind, um steigenden Erwartungen und ständigen Risiken voraus zu sein. Indem sie Erkenntnisse in Maßnahmen umsetzt, hilft die Kaseya-Plattform MSPs, Abläufe zu vereinfachen, die Security zu stärken und sich auf das Wachstum ihres Geschäfts zu konzentrieren.

Entdecken Sie, wie Kaseya MSPs dabei unterstützt, Gewinne zu steigern, Arbeitsabläufe zu verschlanken und messbaren Mehrwert für Kunden zu schaffen.

Kaseya 365 Plattform entdecken



Über die Befragten

Die diesjährige Umfrage umfasst Antworten von 1.061 MSPs weltweit und bietet einen breiten Überblick über den Markt für Managed Services in verschiedenen Regionen, Größenordnungen und Reifegraden. Der größte Anteil der Antworten stammt aus Nordamerika.

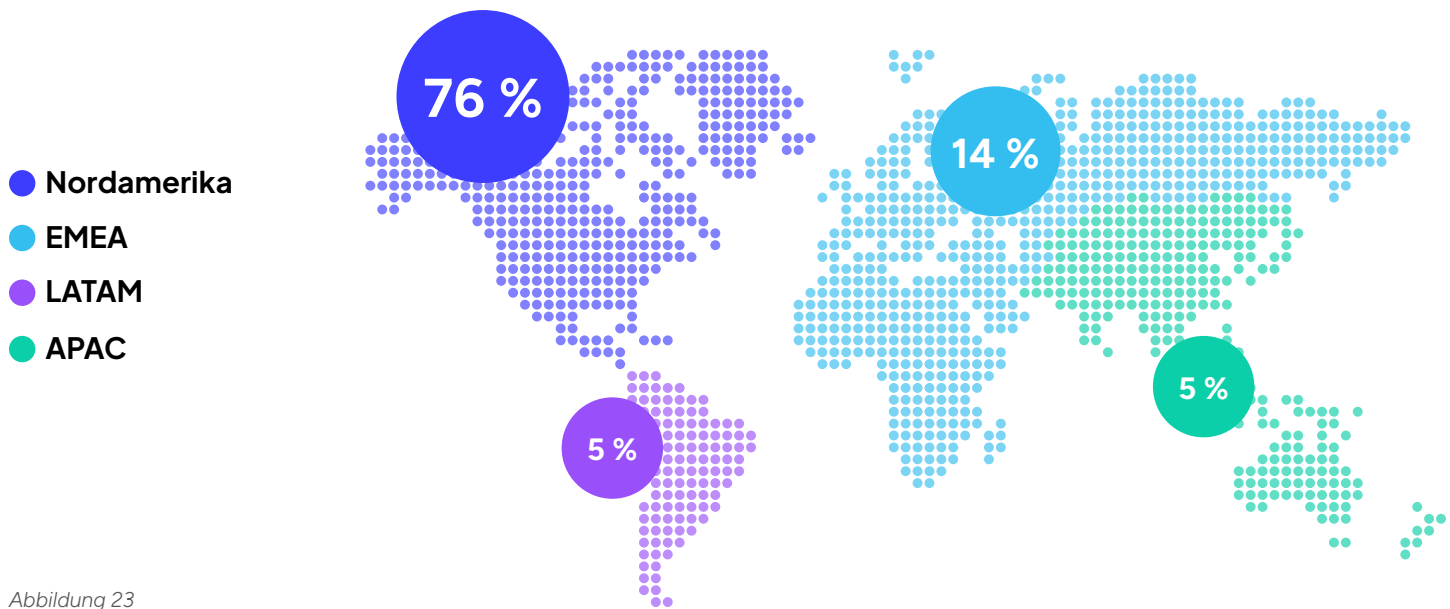


Abbildung 23

Geschäftsprofil

Die Umfrage erfasst ein breites Spektrum an Servicemodellen und zeigt, wie sich MSPs im heutigen Markt positionieren.

- 63 % der Befragten bezeichnen sich als Full-Service-MSPs
- 18 % identifizieren sich als Managed Security Service Provider (MSSPs)
- 7 % konzentrieren sich hauptsächlich auf Netzwerk- und Datendienste
- 5 % arbeiten nach einem Break-Fix-Modell
- 7 % geben „Sonstiges“ an und decken damit ein Spektrum von Hardware-Verkauf bis hin zu grundlegenden IT-Services ab



Reifegrad der MSPs

Fast die Hälfte der Befragten gibt an, seit 16 Jahren oder länger tätig zu sein, während sich die andere Hälfte auf die übrigen Bereiche verteilt. Die Stichprobe umfasst sowohl lange etablierte Anbieter als auch neuere Markteinsteiger und spiegelt damit eine Bandbreite operativer Reife wider.

Jahre am Markt



Abbildung 24

Größe und Umfang der MSPs

Die Umfrage erfasst MSPs aller Größenordnungen, mit der stärksten Vertretung mittelgroßer Anbieter. Zur Klassifizierung gelten Unternehmen mit bis zu 10 Mitarbeitern als kleine, solche mit 11 bis 50 Mitarbeitern als mittlere und solche mit mehr als 50 Mitarbeitern als große Anbieter.

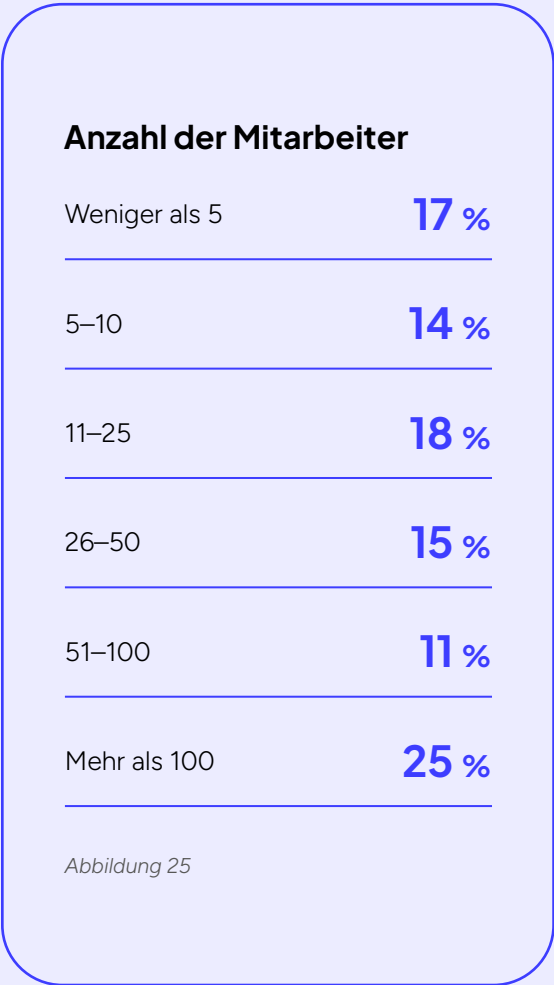


Abbildung 25

Beim Gesamtumfang der verwalteten Endgeräte betreuen zwei Drittel der Befragten zwischen 101 und 3.000 Endgeräte, was die starke Beteiligung kleiner und mittelgroßer MSPs unterstreicht und gleichzeitig Beiträge größerer Organisationen einschließt.

Gesamtzahl der verwalteten Endgeräte

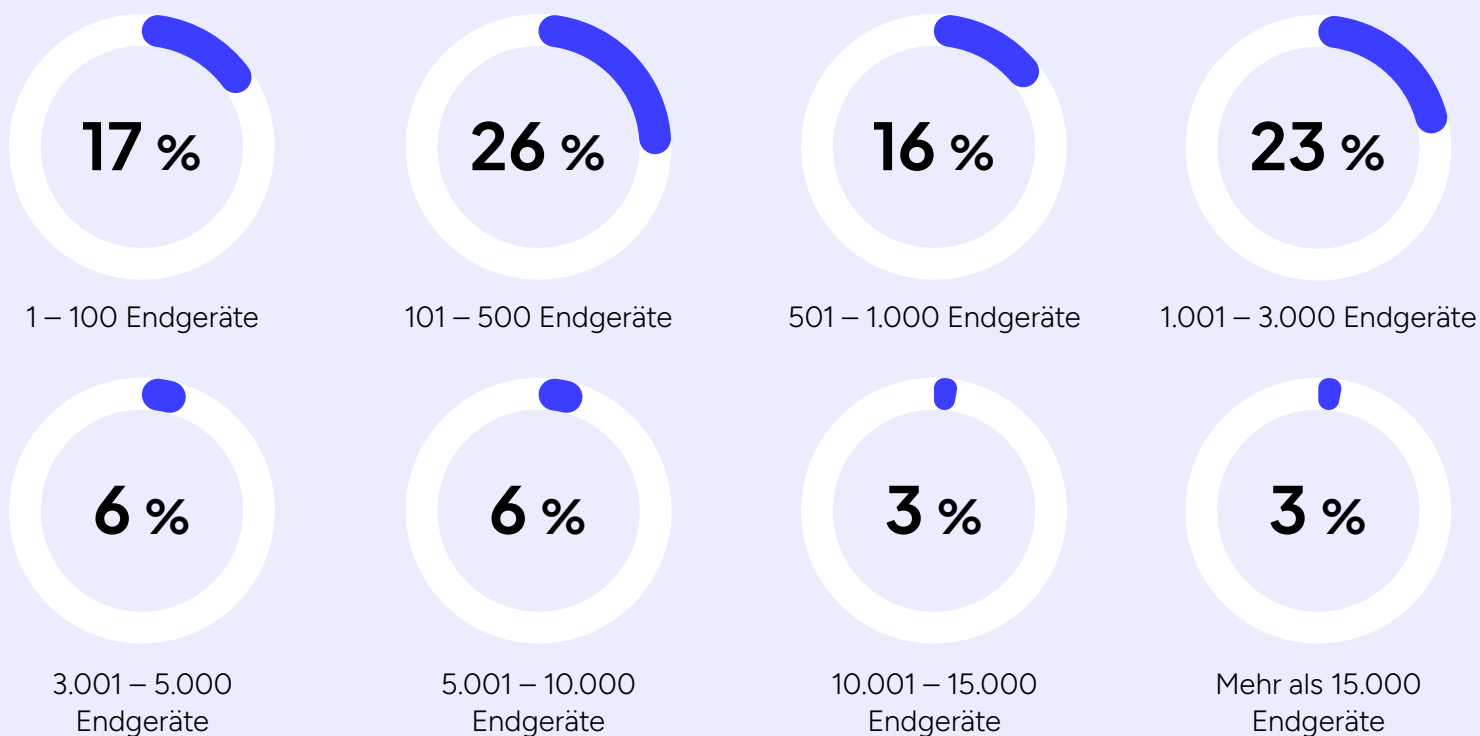


Abbildung 26

Rolle der Befragten

Führungskräfte machen 43 % der Befragten aus, darunter Inhaber, Vice Presidents und Partner. Die übrigen 57 % vertreten technische und operative Rollen wie IT-Manager, Supervisor, Projektleiter, Netzwerktechniker, Systemadministratoren sowie Marketing- und Vertriebsmitarbeiter. Diese Mischung bietet im Bericht sowohl strategische als auch operative Perspektiven (Abbildung 27).

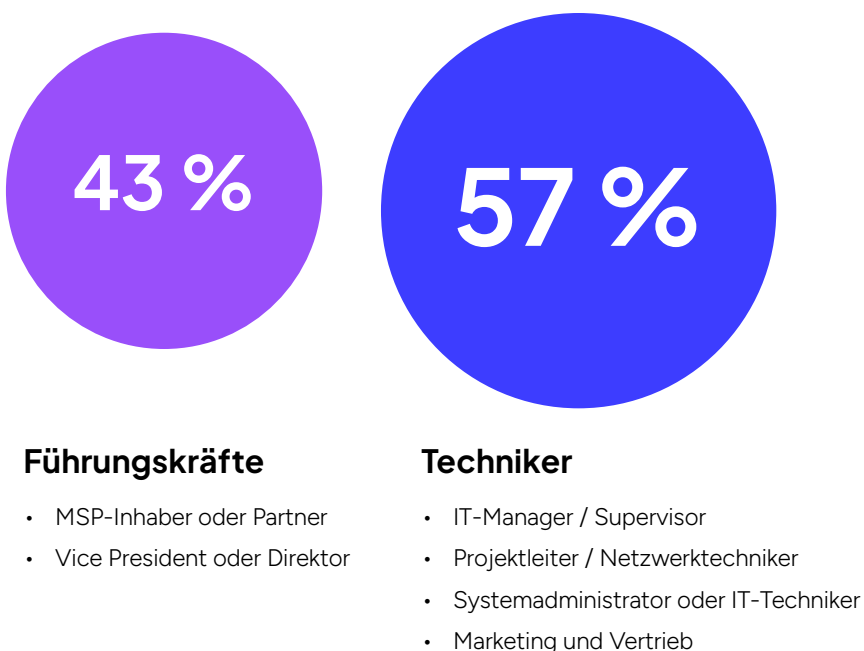


Abbildung 27

Erhebungsmethodik

Kaseya hat seinen jährlichen State of the MSP Report im November 2025 mithilfe strukturierter Fragebogen durchgeführt. Zur Vereinfachung der Fragebögen wurden Preise und Umsatzangaben in US-Dollar abgefragt, und die Befragten wurden gebeten, aus Preisspannen zu wählen, anstatt exakte Werte anzugeben. Um Trends aufzuzeigen, enthält der Bericht, soweit zutreffend, vergleichbare Ergebnisse aus dem Jahr 2024. Insgesamt haben wir die größte Sorgfalt darauf verwendet, die Daten in einem Format bereitzustellen, das für ein möglichst breites Publikum nützlich ist.





Kaseya ist der führende globale Anbieter von KI-gestützter Software für IT-Management und Cybersicherheit. Kaseya liefert eine einheitliche Technologieplattform, um Infrastrukturen zu verwalten, Endgeräte zu schützen, kritische Daten zu sichern und Abläufe für mehr als 40.000 MSP- und KMU-Kunden weltweit zu optimieren. Mehr erfahren Sie unter www.kaseya.com.

[kaseya.com](https://www.kaseya.com)